

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Навчально-науковий інститут
міжнародних відносин та національної безпеки
Кафедра інформаційно-документних комунікацій

ЗАТВЕРДЖУЮ
на засіданні кафедри інформаційно-
документних комунікацій
(протокол № __ від _____ 2022р.)
Завідувач кафедри Ганна ОХРИМЕНКО

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступення магістра
на тему:
**«Бенчмаркінг як інструмент конкурентоспроможності
регіональних бібліотек (на прикладі РОУНБ)»**
Виконала студентка групи МІнс-61
Спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
Сорочук Мирослава Михайлівна

Керівник – кандидат історичних наук,
доцент кафедри інформаційно-
документних комунікацій
БОНДАР Віталій Дмитрович
Рецензент – кандидат історичних наук,
заступник директора з наукової роботи
та автоматизації КЗ «РОУНБ» РОР
ПРОМСЬКА Олександра Леонідівна

Острог – 2022

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ БЕНЧМАРКІНГУ У БІБЛІОТЕЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	9
1.1. Стан вивчення концепції бенчмаркінг в науковій літературі.....	9
1.2. Сутність поняття «бенчмаркінг» та його види в науковій літературі.....	15
1.3. Концепція бенчмаркінгу в бібліотекознавстві та конкурентоспроможність бібліотек.....	24
<i>Висновки до розділу 1</i>	35
РОЗДІЛ 2. РІВНЕНСЬКА ОУНБ В РОЗРІЗІ ІСТОРІЇ ТА РОЗВИТКУ УСТАНОВИ.....	38
2.1. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека: історичний аспект діяльності найбільшого книгосховища області.....	38
2.2. Аналіз діяльності установи через виділення сильних та слабких сторін.....	51
2.3. Аналіз діяльності провідних бібліотек України на основі конкурентного бенчмаркінгу	55
<i>Висновки до розділу 2</i>	67
РОЗДІЛ 3. ДІЯЛЬНІСТЬ РОУНБ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВПРОВАДЖЕННЯ ДОСВІДУ ІНОЗЕМНИХ БІБЛІОТЕК.....	69
<i>Висновки до 3 розділу</i>	74
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	80
ДОДАТКИ.....	89

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВОУНБ – Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека.

МОУНБ – Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека.

ОУНБ – обласна універсальна наукова бібліотека.

ПОУНБ – Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека.

РОВ УБА – Рівненське обласне відділення УБА.

УБА – українська бібліотечна асоціація.

РОУНБ – Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека.

ВСТУП

Актуальність теми. Задля того, щоб створити ефективні можливості конкурентного росту, необхідно знати кращий досвід інших організацій, які досягли найбільшого успіху у подібних умовах для цього і потрібен такий інструмент як бенчмаркінг, призначення якого полягає у визначенні слабких та сильних сторін учасників інформаційного ринку послуг.

Світова практика показує, що використання бенчмаркінгу стає все більш поширеним серед організацій та підприємств, попри те, що для його впровадження потрібно оминати безліч перешкод. Найбільш серйозними є: фінансові труднощі, непростий процес знаходження та добирання актуальних даних для бенчмаркінгу, недостатня кількість професіональних навичок працівників.

Бібліотечний бенчмаркінг на сьогодні є поняттям досить розмитим та не вивченим. Не кожна бібліотечна організація зможе запровадити цей інструмент для вивчення своєї діяльності. Довіри також не викликає саме поняття та його елементи, адже досить важко аналізувати роботу державної установи, такої як обласна бібліотека не знаючи внутрішніх процесів роботи установи. Проте деякі елементи бенчмаркінгу використовуються задля покращення окремих методик роботи та стратегічного плануванню бібліотек.

Проведення бенчмаркінгового аналізу в бібліотечних установах дозволить суттєво збільшити кількість користувачів, методом покращення вже існуючих послуг або створення на основі аналізу та спроможності установи нових бібліотечних послуг.

У період глобалізації бібліотечним установам важливо вміти орієнтуватися на проблемі, що насамперед стосується їх, або ж місцевості де вони знаходяться, задля кращого підбору необхідним послуг та ресурсів для залучення користувачів

та задоволення всіх їх потреб. Для цього і потрібно впровадити бенчмаркінговий аналіз діяльності бібліотечних установ.

Стан наукової розробленості теми. Теоретичні аспекти бенчмаркінгу висвітлені у працях Д. Аакера, Н. Воеводиної, І.Данілова, Д. Маслова, Р. Рейдера, Т. Пилчера та інших вчених.

Дослідження деяких аспектів бенчмаркінгу відображені у наукових працях вітчизняних вчених та економістів, а саме: Л. Артеменко, Л. Довгань, О. Пащенко, О. Кирик, Н. Ткачової, І. Чайки, Н.Чуприни, Н. Кирич, А. Турович, О. Бобровська, О. Криворучкіна, Н. Ніколаєнко, Н.Кунанець, А. Кос, А. Ржеуський, С. Назаровець та ін.

Дослідження явища бенчмаркінг продовжується вивчатися, адже з роками впроваджуються все нові можливості та методи аналізу роботи установ.

На сьогодні бенчмаркінг є досить досліджуваною темою, не тільки за кордоном, а і в Україні. Дослідження оцінок спроможності установи конкурувати на ринку активно вивчалис І. Ансоффом, А.Воронковою, І. Герчиковою, А. Градовим, П. Зав'яловим, М. Портером, В. Оберемчуком, Р. Фатхутдіновим, З. Шершньовою та ін. Усіма авторами зазначалося, що провідним завданням кожної організації є підвищення рівня конкурентоспроможності.

Мета та завдання дослідження. Метою магістерської роботи є вивчення теоретичних підходів бенчмаркінгу як інструменту підвищення конкурентоспроможності регіональних бібліотек на прикладі (РОУНБ).

Для досягнення поставленої мети було визначено такі **завдання**:

- визначити стан вивчення концепції «бенчмаркінг» в науковій літературі;
- ознайомитися із сутністю поняття «бенчмаркінг» в науковій літературі та його видами;
- ознайомитися із особливостями концепції «бібліотечний бенчмаркінг»;
- запропонувати історичний бенчмаркінг для аналізу діяльності РОУНБ;
- оцінити сильні та слабкі сторони РОУНБ за допомогою SWOT-аналізу;

- охарактеризувати роботу установи через впровадження іноземного досвіду.

Об'єкт дослідження – елементи підвищення конкурентоспроможності.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти бенчмаркінгу як інструменту підвищення конкурентоспроможності в РОУНБ.

Методи дослідження. Для виконання поставлених завдань дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналізу та синтезу – для деталізації об'єкта дослідження; узагальнення – для розкриття теоретичних засад та механізмів використання бенчмаркінгу у діяльності бібліотек; абстрактно-логічний метод – для теоретичного узагальнення й формулювання висновків та пропозиції; хронологічний метод – для аналізу історії становлення установи; історичний бенчмаркінг – для здійснення порівняння можливостей установи в минулому та сьогоденні; порівняльний підхід – для здійснення аналізу послуг РОУНБ та іншої бібліотечної установи; конкуретний аналіз – для визначення конкурентних можливостей установи; SWOT-аналіз – для визначення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз для установи; бібліотечний бенчмаркінг – для розкриття можливостей, що передують конкурентоспроможності установи. Інформаційною базою дослідження є наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, офіційні публікації міжнародних організацій; монографії; дисертаційні дослідження, що проводилися за даною темою; дані отримані з мережі Internet та інше.

Наукова значущість роботи. Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні шляхів впровадження бенчмаркінгу як інструменту конкурентоспроможності регіональних бібліотек в умовах глобалізації на прикладі Рівненської обласної універсальної наукової бібліотеки.

Найсуттєвіші результати магістерського дослідження, що містять наукову новизну, конкретизовано в таких наукових положеннях:

- на основі критеріального відбору було запропоновано спробу поділу видів бенчмаркінгу;

- на основі проведеного дослідження було запропоновано методику проведення конкурентного аналізу бібліотек в інформаційному просторі;
- на основі розглянутих та проаналізованих наукових праць було подано власне бачення явища «бенчмаркінг».

Вирішення виділених у роботі проблем дасть можливість бібліотечним установам створити простір для розвитку та впровадження інновацій, впроваджувати передові технології завдяки аналізу бібліотек-лідерів.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що теоретичні положення, висновки та рекомендації, розроблені автором та запропоновані у магістерській роботі, можуть бути використані для:

- 1) удосконалення теоретичних засад використання бенчмаркінгу як інструменту конкурентоспроможності регіональних бібліотек;
- 2) у практичній діяльності вітчизняних підприємств, а саме у впровадженні бенчмаркінгу як інструменту конкурентоспроможності у бібліотеках нашої країни.

Отримані результати викладеного дослідження можуть бути застосовані для подальших науково-дослідних розробок теоретичних питань, пов'язаних з застосуванням механізмів бенчмаркінгу як інструменту конкурентоспроможності регіональних бібліотек в умовах глобалізації. Особистий внесок здобувача полягає в дослідженні наукових праць за тематикою магістерської роботи; безпосередній участі в постановці мети та вирішенні завдань; виборі методик та проведенні досліджень; формулюванні основних висновків та їх обговоренні на конференціях, а також у безпосередній підготовці публікацій.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури та додатків.

У першому розділі розглянуто теоретичні засади бенчмаркінгу, його види та поняття; проаналізовано методичні аспекти здійснення бенчмаркінгу, розглянуто засади бенчмаркінгу через бібліотечну діяльність.

У другому розділі досліджено установу через призму історичного бенчмаркінгу; відтворено аналіз діяльності РОУНБ через SWOT-аналіз.

У третьому розділі досліджено діяльність закордонних колег та впровадження досвіду іноземних бібліотечних установ в РОУНБ.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ БЕНЧМАКІНГУ У БІБЛІОТЕЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Стан вивчення концепції «бенчмаркінг»

Явище «бенчмаркінг» вперше з'явилося у 1972 р., його дослідженнями проводилися в Інституті стратегічного планування Кембриджу [13]. Проте основні концепції цього явища були відомі значно раніше. Відомий науковець Ф. Тейлор ще в кінці ХІХст. проводив дослідження, що стосуються наукових методів організації праці, які на той час вважалися основами сьогоденної концепції бенчмаркінг.

Наразі є велика кількість відповідних науковців, що вивчають бенчмаркінг, в різних його варіаціях та застосування його в різних сферах людської діяльності. Бенчмаркінг застосовують для того, щоб знайти кращі сторони у діяльності, але також і слабкі сторони. Все це здійснюється задля того, щоб установа мала змогу вирізнити свої конкурентні можливості серед інших та стати кращою, впроваджувати кращий досвід.

Ключовою особливістю явища «бенчмаркінг» є те, що він має спрямування творчого характеру, орієнтуюся на найкращі визначні практики з подальшим впровадженням в діяльність установ. Цей метод дозволяє не просто покращити власні результати, а й перевершити результати установ з яких брали приклад.

Близьким до «бенчмаркінгу» також є термін «конкурентоспроможність». В якомусь значенні вони співіснують в одній площині, адже бенчмаркінг є тим інструментом, що допомагає вирізнити сильні сторони для можливості створення конкурентного шляху установи.

Термін «конкурентоспроможність» варіюється залежно від сфери у якій застосовується. Певним чином видозмінюється, проте єдиним є те, що поняття

«конкурентоспроможність» зображує здатність досліджуваного об'єкта ефективно виконувати поставлені завдання та при тому конкурувати з іншими установами.

Методичні та теоретичні аспекти оцінки конкурентоспроможності установи активно вивчають такі науковці, як І. Ансофф, А. Воронкова, І. Герчикова, А. Градов, П. Зав'ялов, М. Портер, В. Оберемчук, Р. Фатхутдінов, З. Шершньова та ін.

Усі автори звертають увагу на важливість та необхідність визначення рівня конкурентоспроможності підприємства. Дослідження публікацій свідчать про те, що дане питання є доволі висвітленим у науковій літературі, але різностороння діяльність установ та перемінність зовнішнього середовища зобов'язує постійної модернізації вже наявних методів та підходів [17].

Одним із нових підходів до визначення рівня конкурентоспроможності підприємницьких структур є явище бенчмаркінг, яке набуло великого поширення у закордонній практиці. Вивченням теоретичних аспектів бенчмаркінгу займаються такі іноземні вчені, як Д. Аакер, Н. Воєводина, І. Данілов, Д. Маслов, Р. Рейдер, Т. Пилчер та ін.

Іноземні вчені як і українські не мають сталого розуміння явища «бенчмаркінг». Кожен науковець по-своєму визначив поняття. Професор Каліфорнійського університету Девід Аакер, представляє бенчмаркінг як контрольні порівняння, що передбачають зіставлення результативності складових бізнесу фірми з іншими підприємствами.

Російський вчений Д. Маслов характеризує бенчмаркінг (або ж еталонне зіставлення) – термін, що вже досить міцно увійшов у російський економічний лексикон – це метод (інструмент) управління, який може допомогти багатьом російським компаніям у вирішенні завдання вдосконалення систем менеджменту та підвищення конкурентоспроможності [36].

Дуже часто можна зустріти в працях деяких науковців порівняння бенчмакінгу із конкурентним аналізом. Явище «бенчмаркінг» часто плутають із

конкурентним аналізом. Проте, ці поняття є різними за широтою застосування та функцією використання. Конкурентний аналіз та бенчмаркінг є дотичними поняттями, але метою конкурентного аналізу є суто аналіз діяльності конкурентів, а бенчмаркінг не просто аналізує, а проводить довготривалу роботу із розбору діяльності та можливостей впровадження в установу.

Можна зробити висновок, що бенчмаркінг розвиває кокурентний аналіз, в цьому визначенні поняття можна назвати його як, звичайне вивчення конкурентів, їхніх продуктів і послуг, продуктів, їх характерних особливостей, також вивчення економічних та фінансових показників, роботу із клієнтами.

В Україні бенчмаркінговий підхід до визначення та підвищення конкурентоспроможності підприємства почав вивчатися ще за радянських часів, але сьогодні бенчмаркінг теоретично та практично малорозвинений. Деякі аспекти бенчмаркінгу розглядають у своїх наукових працях такі вчені та економісти, як М. Бублик, Н. Габрук, Л. Довгань, М. Касаткіна, Ю. Каракай, М. Лютікова, О.Макарчук, К. Редченко та ін. Праці наведених науковців наводять приклади щодо того чи варто використовувати бенчмаркінг в діяльності установ для пошуку, оцінки результативності та запровадження ефективних управлінських рішень інших установ задля підвищення конкурентоспроможності власного розвитку бізнесу [42 с. 213].

Попри всі дослідження, українські науковці до сьогодні приділяють мало уваги важливому аспекту інструментарію бенчмаркінгу, а саме адаптації його в українському середовищі. У своїй роботі вони спираються на досвід роботи саме іноземних компаній. Водночас вагомий внесок зробили такі українські науковці К. Бліщук, А. Крупник, Є. Матвіїшин. У своїх працях вони висвітлили підґрунття бенчмаркінгу в теоретичному вимірі, визначили формування бази даних для роботи із явищем «бенчмаркінг», особливу увагу приділяли прикладним аспектам діяльності бенчмаркінгу. Саме ці автори заклали підґрунття «бенчмаркінгу», як явищу, що впливає на рівень відкритості і підвищенню ефективності управління

території. Зокрема вони узагальнили, що явище «бенчмаркінг» надає інформацію про відставання, визначає рівень розвитку установи.

Кандидат фізико-математичних наук М. Бублик визначає поняття «бенчмаркінг» як нескінченний процес порівняння товарів, робіт та послуг, методів, технологій та інших параметрів досліджуваного підприємства з аналогічними об'єктами кращих підприємств певної галузі [13].

Питання розробки методів визначення та оцінювання конкурентоспроможності висвітлені в роботах І. Ансоффа, Д. Кліланда, А. Томпсона, В. Герасимчука, В. Заруби, Л. Довгань, І. Акімової та інших.

Зважаючи на всі дослідження щодо конкурентоспроможності вони досі потребують опрацювання, це загалом стосується як окремих аспектів так і практичного вирішення проблеми конкурентоспроможності.

Аналіз джерел при дослідженні питання бенчмаркінгу засвідчив, що першими, хто досліджував поняття бенчмаркінг були західні учені: В. Брукхард [12], Р. Венетуччі [69], Г. Ватсон [14], Р. Кемп [60], Т. Фаррі [64], В. Кроковські [65], Д. Лейдін [66], Й. Шетті [67]. Серед російських – І. Ареф'єва та О. Ареф'єв [2], Г. Багієв [4], Цією проблемою займалися і українські дослідники – Л. Довгань і В. Нємцов [25], О. Подсолонко [45], К. Редченко [50], З. Шершньова [57].

Серед дослідників, які запропонували використати бенчмаркінг в контексті бібліотечної справи, варто відзначити: Ф. Вілсон, С. Таун [68], К. Крізер [61], П. Брофі [9], А. Окладнікову [39], А. Земскова [29], Н. Пермітіну [43], Н. Ніколаєнко [38].

Науковець П. Брофі у своїй монографії «Оценка деятельности библиотек: принципы и методы» дає визначення поняттю бенчмаркінг, аналізує основні видові характеристики та етапи проведення, до яких відносить: можливість планувати щось, збирання даних, аналіз процесів та даних, удосконалення чинних процесів та червісів [9 с. 136].

Стефен Таун з Кренфілдського університету (Cranfield University), висунув питання бенчмаркінгу бібліотек на Першій міжнародній конференції з вимірювання якості роботи бібліотек та інформаційних сервісів в Нортумбрії [68].

Під час конференції Бібліотека Кренфілдського університету в кінці 1990-х рр. Провела дослідження задля пошуку відповідних критеріїв якості роботи, які можна було б використати в порівняльному аналізі бібліотечних установ. Це дослідження бібліотека проводила за підтримки Британської бібліотеки. В даному дослідженні брали участь декілька бібліотечних установ SCONUL і Наглядовий комітет SCONUL з удосконалення якості роботи (Advisory Committee on Performance Improvement, ACPI). В результаті проведених досліджень та завдяки висновкам, що були зроблені чотири бібліотеки університетів Дербі (University Derby), Хаддерсфільдського університету (University of Huddersfield), Міського університету Лідса (Leeds Metropolitan University) і Стаффордширського університету (University of Staffordshire) створили клуб бенчмаркінгу [39].

Науковець К. Крізер у своїй праці «Як нас бачать інші: бенчмаркінг в практиці» (As Others See Us: Benchmarking in Practice) представила дослідження із застосуванням технології бенчмаркінгу щодо визначення ефективності роботи довідкових служб та попиту на електронні сервіси бібліотек університетів Великобританії [61].

Таким чином, дослідження науковцями поняття «бенчмаркінг» є досить широким та дозволяє орієнтуватися у різних його варіаціях. Проте, сьогодні бенчмаркінгові дослідження є досить спірною темою, адже з кожним роком змінюються методи організації роботи й надзвичайно важливо продовжувати вивчення цього поняття. Особливо важливу роль відіграє сполучення бенчмаркінгу та конкурентоспроможності.

Результатом проведеного аналізу дослідження науковців, що висвітлювали поняття «бенчмаркінгу» є підвищення ефективності та раціональності його

використання. В загальному явище «бенчмаркінг» пройшло п'ять хвилей розвитку від початку свого зародження і дотепер:

Перше покоління бенчмаркінгу було розглянуто як звичайний аналіз продуктів і послуг, що надавалися. За основу бралось порівняння продуктів конкурентів і або частини компанії із установою. Менеджери японських компаній в звичайному порядку відвдували установи США та Європи, що були лідерами в певній галузі. Вони намагалися вирізнити кращі методики управління та організації роботи та впровадити їх у свої установи.

Друге покоління – становлення саме бенчмаркінгу-конкурентоспрожності, або конкурентного бенчмаркінгу. Як наука цей метод почав розвиватися в 1976 – 1986 рр.

Третє покоління – бенчмаркінг процесу, який почав свій розвиток у 1982 – 1986рр. Зародився він тоді, коли підприємства-лідери зрозуміли, що навчатися набагато легше в установах, що не є прямими конкурентами, але використовують схожі процеси і технології, методику роботи.

Четверте покоління – стратегічний бенчмаркінг аналізується як систематичний процес, що спирається на оцінку альтернативних напрямків роботи, реалізацію стратегій та вдосконалення продуктивності установ на основі вивчення установ-лідерів.

П'яте покоління – глобальний чи комплексний бенчмаркінг, що в своєму розумінні розглядається як інструмент організації міжнародних обмінів, що спираються насамперед на культуру і національні особливості процесів організації виробництва [7].

Важливо розуміти зародження явища «бенчмаркінг» та еволюцію його принципів до концепції, що допомагає установам змінити погляд на функціонування та створити конкурентний шлях установи. Явище «бенчмаркінг», що зародилося ще у 1972 р., сьогодні є тим інструмент, який дозволяє установам рухатися вперед. Розуміння концепції та вірне впровадження її в практику установ

дозволить покращити становище та вивести її на щабель вище, що дозволить їй стати взірцевою установою. Головним завданням явища «бенчмаркінг» і є створення та вирізнення кращих можливостей для конкуренції на ринку.

1.2. Сутність поняття «бенчмаркінг» та його види в науковій літературі

Відомий іноземний дослідник Р. Донован, що вивчав явище «бенчмаркінг», у своїх дослідженнях надав поняттю таке розуміння, на його думку, бенчмаркінг є явищем, що має чітко структуровані, динамічні процеси прийняття рішень, основною метою бенчмаркінгу є покращення роботи підприємства з врахуванням результатів конкурентів і наявних результатів [63 с. 27].

Найновішим та найсучаснішим методом, що використовується для визначення Конкурентоспроможності є бенчмаркінг. Це явище є дуже популярним у використанні в таких країнах як Японія, США, західноєвропейських державах, також явище «бенчмаркінг» зацікавило скандинавських вчених та науковців [60].

Головним завданням, що виконує бенчмаркінг є розвиток аналізу конкурентоспроможності, що не обмежується лише вивченням конкурентів, їхньої продукції, витрат і технологій виробництва, бенчмаркінг дає змогу характеризувати економічні та фінансові показники підприємств та установ, аналізувати відносини з клієнтами та постачальниками. Такий метод, як аналіз конкурентоспроможності лиш дає змогу виявити розходження між тою чи іншою установою, що конкурують між собою. Проте він не пояснює як ці розходження вирізнити та створити найкращі можливості для конкуренції на ринку. Цьому сприяє саме явище «бенчмаркінг», яке на основі зробленого аналізу спрямовує свою діяльність саме на розуміння подолання розбіжності для того, щоб мати змогу їх перебороти.

Зважаючи на те, що поняття «бенчмаркінг» може мати декілька трактувань, залежно від сфери в якій застосовується, важливо розуміти, як вони різняться та вміти розділяти зони застосування інструменту «бенчмаркінг» у різних галузях його використання.

В загальному поняття «бенчмаркінг» можна трактувати як, регулярний спосіб визначення та розуміння розвитку найкращих за якістю продуктів та послуг, що в своїй меті має завдання поліпшити ефективність організації та створити можливість до конкуренції. Це поняття може підходити до різних сфер, але потрібно розуміти, що досконале знання та орієнтація у визначеннях дасть змогу застосувати саме під потрібну сферу діяльності або ж галузь знань. Для кращого розуміння цього явище є поділ розуміння методу за сферами його використання [5 с. 7].

За допомогою опрацьованої та вивченої наукової літератури можна засвідчити, що єдиної однозначної думки щодо визначення бенчмаркінгу не існує. Серед численних дефініцій терміна «бенчмаркінг» можна виділити визначення, подані у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

«Зміст визначення поняття «бенчмаркінг»

Критерій визначення	Зміст визначення	Автор, джерело
Як пошук	Бенчмаркінг – це безперервний, систематичний пошук, дослідження кращої практики конкурентів і підприємств-лідерів із суміжних галузей з метою отримання інформації, необхідної для вдосконалення власної діяльності, а також постійне порівняння бажаних змін і результатів бізнесу зі створеною еталонною моделлю власної організації бізнесу.	Довгань Л., Каракай Ю., Артеменко Л. [26 с. 110] Щегельська О. [58]
	Бенчмаркінг – це пошук тих найкращих рис, інструментів, методів та практик, застосування яких на відповідному підприємстві приводить до вдосконалення системи менеджменту та зростання конкурентоспроможності.	Карпенко Н. [30]

Як процес	Бенчмаркінг – безперервний процес аналізу і порівняльної оцінки способів і методів, які використовує фірма у здійсненні своїх функцій.	Рейдер Р. [51 с. 76]
	Бенчмаркінг – це процес удосконалення (безперервний пошук нових ідей, їх адаптація та використання на практиці), що передбачає розвиток у підприємства прагнення до безперервного поліпшення.	Криворучко О., Сукач Ю. [34, с. 81]
Як діяльність	Бенчмаркінг – це вид діяльності, що пов’язаний із клієнтами, технологією і культурою підприємництва і здійснюється у плануванні з орієнтацією на створення цінності і компетентності.	Брукхард В. [12]
	Бенчмаркінг – спосіб оцінки стратегії та цілей діяльності порівняно з найбільш успішними аналогічними організаціями для того, щоб зайняти на довгостроковий період своє місце на ринку.	Воєводина Н., Кулагіна А., Логінова Є. [16] Харрінгтон Х.,
Як метод, інструмент, спосіб	Бенчмаркінг – систематичний спосіб визначення, розуміння і розвитку найкращих за якістю продуктів, послуг, дизайну, обладнання, процесів і практик з метою поліпшення реальної ефективності організації.	

Згідно з поданою таблиці поняття бенчмаркінг можна виділити за наступними критеріями:

- як пошук;
- як процес;
- як діяльність;
- як метод, інструмент, спосіб.

Цей поділ допоможе виділити необхідний термін під бажаний отриманий результат та застосувати бенчмаркінг у відповідності до нього. За таблицею можна визначити наскільки близькими є всі наведені поняття визначення терміну «бенчмаркінг», в залежності від категорій явище «бенчмаркінг» науковці бачили як інструмент пошуку кращих можливостей, як процес, що не має закінчення, як інструмент діяльності, що пов’язаний саме із клієнтами та технологією, як метод, інструмент і спосіб, що в загальному означає специфічний метод порівняння

характеристик установ – лідерів. Проте деякі дослідники бачили інструмент «бенчмаркінг» по-різному. В залежності від функції яку мав виконувати інструмент «бенчмаркінг» і з'явився поділ за критеріями.

Проте є визначення поняття «бенчмаркінг», що вирізняються від поданих критерій класифікації. Відомо визначення, що подає на розгляд науковець Д. Аакер, що є професором Каліфорнійського університету. У своєму розумінні поняття він стверджує, що «бенчмаркінг» – це як контрольні питання, що у своїй меті передбачають зіставлення ефективності складників бізнесу фірми з іншими підприємствами.

Основним змістом та метою бенчмаркінгу, наводячи приклади із праць відомих науковців: М. Бублика, М. Хім'як, М. Лібер полягають у змозі вирізняти особливості та відмінності із порівнюваним еталоном, у вмінні визначати причини цих відмінностей та володінні навичками, що нададуть можливість вдосконалювати об'єкти бенчмаркінгу. Завдяки бенчмаркінгу можна установлювати параметри, що забезпечують ефективну діяльність установ яким потрібно слідувати для того щоб забезпечити стабільну можливість конкуренції на ринку [13 с. 8].

Науковці Л. Довгань, Ю. Каракай, Л.Артеменко у своїх працях стверджують, що головна мета бенчмаркінгу полягає в тому, щоб створити фактори та можливості успіху установи, ці можливості мають бути надійними та гарантувати успіх. Основними цілями, що є основним для бенчмаркінгового успіху є: розробка новітніх підходів до покращення процесів виробництва \ діяльності; підтримка стабільності довгострокових показників якості роботи, які мають значно вищі показники ніж поточні; опрацювання та впровадження нових заходів завдяки яким прогнозується підвищення ефективності роботи та якості послуг, що надаються; переосмислення культури поведінки та ментальності працівників [25 с. 66].

Голова International Benchmarking Clearinghouse, Дж. Грейсон, у своїй роботі виділяє наступні причини поширенню бенчмаркінгу на сьогодні це: глобальна конкуренція, що з кожним роком займає все більше сфер діяльності; надання переваги якості продукту (в глобальному розумінні на ринки виходять саме продукти, що є лідерами якості); пристосування підприємств \ установ під події, що відбуваються у світі та запровадження світових інноваційних досягнень у роботу.

Тож, можна зробити висновок, що проведене дослідження дає змогу стверджувати на рухунок того як деякі сутності поняття «бенчмаркінг» науковцями і практиками визначаються неоднозначно. Сьогодні бенчмаркінг це явище, що стало більше уваги приділяти не тільки збору інформації для порівняння та методиці відбору кращих підприємств, але і розробленню такої корпоративної культури всередині самої установи. Бенчмаркінг створений для того щоб підтримувати пошук та впровадження кращих методів роботи, а також кращих методів діяльності установи, що може бути за межами галузі. Підсумовуючи наведені приклади визначення поняття можна запропонувати таке визначення бенчмаркінгу: це явище чи метод отримання та перейняття конкурентних переваг, та інструмент, що передусь підвищенню конкурентоспроможності суб'єкта діяльності шляхом систематичного, безперервного пошуку, вивчення та адаптації власних можливостей стабільного розвитку та конкуренції.

Бенчмаркінг виконує багато завдань в кожній сфері діяльності, проте перше із завдань окреслює можливість щонайповнішої інформації про обставини, які відбуваються у світі та на ринках, при цьому дана інформація повинна бути зібрана так, щоб вона могла бути використана не просто для тимчасового дослідження, вона повинна мати змогу постійно впривносити нові дані та мати змогу змінюватися за необхідності [31]. Задля досконалих даних дослідження має охоплювати весь ринок, але є причини по яких не кожна компанія може робити це

через різні причини, внаслідок цього інформація має концентруватися й оброблятися тільки на найважливіших аспектах дослідження.

Бенчмаркінг підприємницької діяльності – це метод, що допомагає встановлювати сильні та слабкі сторони підприємства залежно від того як змінюється ситуація на ринку, цей метод дає спроможність задовольняти запити споживачів за якістю, ціною, товарами й послугами, що надаються, шляхом впровадження нових стандартів і цілей. Можливість підприємства конкурувати базується на: конкурентних перевагах; розкриті спроможності підприємства удержувати конкуренцію на певному ринку; представляти позицію цієї установи щодо конкурентів [30].

Вибір виду бенчмаркінгу здійснюється підприємствами за таких умов:

- за характерними особливостями поставлених завдань;
- за доступністю ресурсів, які необхідні для дослідження;
- за часовими рамками: кожне дослідження має орієнтований час для впровадження методу бенчмаркінг;
- за фактом наявності достатньої кількості ресурсів для ефективного впровадження бенчмаркінгу;
- за кількістю спеціалістів, що мають змогу провести дослідження як на найкращому рівні.

Явище «бенчмаркінг» також не може обійтися і без принципів за якими відбувається дослідження діяльності установ. Виділяють такі принципи бенчмаркінгу:

1. Взаємність.

Бенчмаркінг насамперед спрямований на можливості застосуванню співпраці, що в собі має такі особливості як: ясності та єдності під час обміні даними, що в цьому випадку забезпечує найкращу ситуацію для обох сторін. Тим не менш співпраця має бути заздалегідь схваленою. У бенчмаркінговому альянсі будь-який партнер повинен мати гарантії адекватної поведінки інших учасників.

2. Аналогія.

Всі процеси та дії партнерів повинні бути ідентичними чи схожими. Всякий процес дослідження може бути дослідженим та оціненим.

3. Вимірювання.

Бенчмаркінг – це зіставлення характеристик, декількох підприємств [30]. Цей метод установлює загальні відмінності в характеристиках та аналізує можливість їх покращення. Найважливішим завданням, що виконує бенчмаркінг – це знаходження основних характеристик процесів та можливість їх покращення на основі вивчення даного процесу.

4. Правдивість.

Бенчмаркінг повинен проводитися на основі правдивості даних, розширеного аналізу і детального вивчення процесу [30].

Для вирішення наступного завдання орієнтації підприємства на досягнення вищих результатів у рамках бенчмаркінгу передбачає формування внутрішньої стратегії розвитку підприємства, що забезпечує йому досягнення переваги над конкурентами й заняття провідного положення у відповідній сфері бізнесу з урахуванням наявного потенціалу [30].

У впровадженні бенчмаркінгу можна виділити шість основних етапів, таких як:

- 1) визначення об'єкта бенчмаркінгу;
- 2) вибір партнера за бенчмаркінгом (порівняльні установи);
- 3) визначення методів збирання інформації та пошук інформації;
- 4) аналіз. Отримана інформація класифікується, систематизується. Обирається метод аналізу. Оцінюється ступінь досягнення цілі та чинники, які визначають результат;

5) впровадження. Контроль виконання плану дій необхідно проводити за такими напрямками, як оцінка досягнення поставлених цілей відповідно до встановлених критеріїв; дотримання строків і бюджетів впровадження заходів;

б) нова оцінка об'єкта бенчмаркінгу.

Основними характеристиками для проведення аналізу треба вважати рівень якості та відповідності продукції й послуг потребам ринку; результативність методів збуту продукції; ефективність методів просування продукції; ефективність використання виробничого потенціалу; ефективність управління персоналом; продуктивність технології та виробничих процесів; ефективність методів організації виробництва та управління підприємством; рівень інноваційного розвитку підприємства тощо [30].

Позитивними наслідками застосування бенчмаркінгу є:

- 1) створення умов для конкурентних можливостей;
- 2) підвищення якості роботи підприємства;
- 3) збільшення ефективності праці та методик роботи підприємств;
- 4) створення умов, що передують досконалому знанню слабких та сильних сторін, та на оцінці стану проведення роботи із переходу у можливості підприємств.

Можна стверджувати, що підприємство в якому вирішальне значення відіграє саме забезпечення можливості якісно та швидко конкурувати на ринку й дотримуватися власного розвитку має перш за все впроваджувати та виконувати принципи, методи та інструментарій бенчмаркінгу [37 с. 413].

На основі проведеного дослідження наукових джерел можна виокремити такі види бенчмаркінгу за критеріями:

1. За рівнем впливу: глобальний (розширення стратегічного бенчмаркінгу, що включає також асоціативний бенчмаркінг), міжнародний (виявлення та аналіз провідних практик по всьому світу), регіональний бенчмаркінг (є можливість об'єктивно оцінювати результати соціально-економічного розвитку регіонів).

2. За рівнем охоплення: внутрішній (являє собою бенчмаркінг процесу, який здійснюється всередині корпорації й полягає у зіставленні характеристик

підприємницьких одиниць), зовнішній (здійснюється порівняння серед конкурентів).

3. За функціональним призначенням: іміджевий (спрямований на виявлення рівня розвитку і рейтингової позиції установи), конкурентний (припускає дослідження специфічних продуктів, можливостей процесу або адміністративних методів підприємств-конкурентів), бенчмаркінг процесу (спрямований на зміну визначених показників і функціональності для їхнього зіставлення з підприємствами, характеристики яких є адекватними в аналогічних процесах), історичний (порівняння результатів компанії за попередні періоди та сьогодні).

4. За типовим характером установи: бібліотечний (має за основу виявити сильні сторони діяльності та спроможність установи конкурувати на ринку інформаційних послуг та можливість стати бібліотекою-лідером), асоціативний (проводиться організаціями, які перебувають у вузькому бенчмаркінговому альянсі), загальний (порівнює визначену функцію двох або більше підприємств незалежно від підприємницької діяльності), функціональний (порівняння визначеної функції двох чи більше організацій у тому ж секторі).

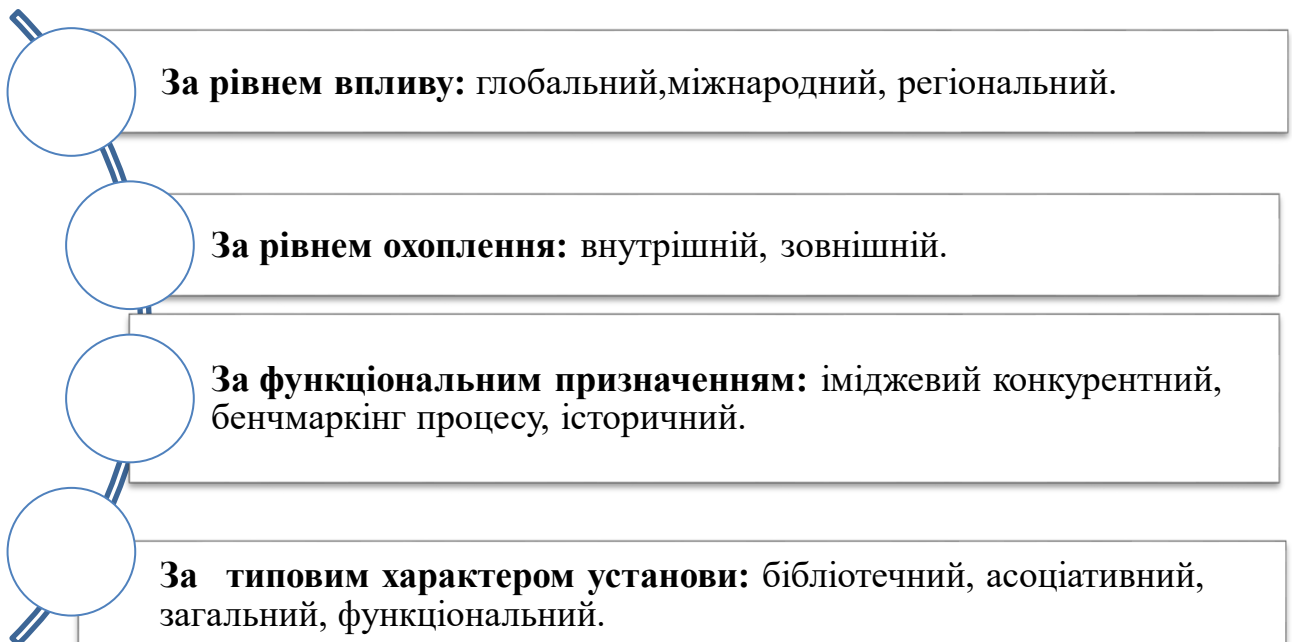


Рис. 1.1. «Види бенчмаркінгу»

(розроблено автором)

Явище «бенчмаркінг» в Україні має досить хороші перспективи, оскільки на сьогодні це єдиний із найбільш ефективних інструментів, що сприяє подоланню відставання від конкурентів на основі створення аналітичного порівняння діяльності установи з установою – лідером. Впровадження та використання досвіду якої допоможе активізувати роботу процесів, зменшити витрати, збільшити прибуток, оптимізувати структуру управління і, як результат, збільшити та створити ефективні умови діяльності установ.

Саме явище «бенчмаркінг» є тим інструментом, що допоможе у викориненні слабких та сильних сторін установ, перейманні досвіду взірцевих установ.

1.3. Концепція бенчмаркінгу в бібліотекознавстві та конкурентоспроможність бібліотек

Наразі немає однозначності застосування цього методу у бібліотекознавстві. У бібліотекознавстві бенчмаркінг – це порівняння показників та протиставлення однієї бібліотеки з бібліотекою – лідером, яка була обраною як еталон, ця робота здійснюється для того викориніти кращий досвід роботи та перенести і використати задля покращення ефективності роботи бібліотеки. Науковці – економісти часто порівнюють бенчмаркінг із звичайним порівнянням показників або з конкурентним аналізом, бібліотекознавцям в цьому випадку доведеться протягом ще деякого часу обстоювати аргументи щодо використання методу бенчмаркінг. Крім того не всі іноземні терміни виклакають довіру, тому це створює деякі проблеми. Проте, зважаючи на те, що термін досі не отримав рівнозначний переклад на українську мову, спираючись на це доцільним є використання терміну, що вживається в економіці [38].

У бібліотекознавстві вже давно розглядається питання аналізу якості послуг, що надається бібліотеками. Не вирішенні завдання розробки єдиної комплексної методології оцінки якості обслуговування, хоча деякі спроби в цьому напрямі робилися, зокрема, за допомогою соціологічних досліджень вивчалася оцінка користувачами деяких бібліотечних послуг. Дослідження, що проводяться, мають нерегулярний характер, а для удосконалення діяльності бібліотеки потрібний саме інструментарій бенчмаркінгу, як систематичної діяльності бібліотеки, спрямованої на пошук, оцінку і навчання на кращих прикладах організації роботи [38].

Використовуючи методологію бенчмаркінгу у бібліотечній справі передбачається досягти таких можливосте як:

- По-перше, бенчмаркінг створює для бібліотеки можливість вирізнити із своєї діяльності слабкі та сильні сторони, проаналізувати їх.
- По-друге, аналізуючи інші бібліотечні установи є можливість провести паралель між організаціями, вирізнити кращу та провести стратегічне планування «своєї бібліотечної установи».
- По-третє, аналіз продуктів та послуг інших установ дасть змогу впровадити нові ідеї в роботу установу.
- По-четверте, регулярний бенчмаркінг дозволяє постійно бути в курсі інновацій у бібліотечній справі й активно їх застосовувати.
- По-п'яте, бенчмаркінг надає перевагу плануванню від досягнутого, надаючи можливість базуватися на аналізі діяльності бібліотек, що становлять певну конкуренцію.

Бенчмаркінг, що застосовується в управлінській діяльності соціальних інститутів, спрямований на вивчення, запозичення і впровадження у власну діяльність кращих технологій, інноваційних процесів і методів організації роботи з метою створення і подальшого поширення аналітико-синтетичних інформаційних продуктів серед своїх користувачів. У проєкції на бібліотечну галузь, бенчмаркінг – це системний пошук еталона, навчання на кращих

прикладах діяльності бібліотек як соціально-інформаційних центрів, незалежно від їх спеціалізації, сфери функціонування і географічного розташування, адаптація отриманого досвіду до своєї специфіки і його застосування [39].

Деякі дослідники у своїх працях наводять конкретні приклади, що використання цього методу бібліотеками дозволять їм розроблювати стратегії, які будуть сприяти розумінню й аналізу роботи бібліотек лідерів, що дозволить стати теж кращою установою, а можливо при кращих результатах навіть досягти вищої значущості ніж установа-лідер. Бенчмаркінг є методом, що проводиться протягом певного часу, завдяки цьому виконується багато завдань, що були поставлені. Напротивагу порівняльному аналізу даних, який застосовується в основному до одного тимчасового параметра \ завдання.

Бенчмаркінг близький до конкурентної розвідки. У діяльності сучасних бібліотечних інститутів значне місце приділяється вивченню роботи конкурентів і, як наслідок, застосування інструментарію «конкурентної розвідки» або «консолідованої інформації», завдання якої полягає в тому, щоб швидше знайти необхідну інформацію і правильно її проаналізувати, використовуючи у своїй практиці легальні методи збору й опрацювання інформації, орієнтуючись на відкриті джерела.

Для більшості установ та організацій бенчмаркінг є не новим, адже цей метод досить часто використовується під час аналізу конкурентів. Використання бенчмаркінгу має більш ефективні результати, тому що він надає більш широку та деталізовану методику отримання інформації в порівнянні з методом конкурентного аналізу. До того ж, метод бенчмаркінгу має на меті отримання та обміні інформацією тільки в добровільній формі. Одночасне використання порівняльного і процесного підходів до проведення еталонного порівняння найефективніше реалізує потенціал бенчмаркінгу як інструменту підвищення конкурентоспроможності бібліотеки [29].

Бенчмаркінг нерозривно пов'язаний із конкурентоспроможністю регіональних бібліотек, які в Україні виступають не книгосховищем, а методолігічним центром для бібліотек області. Важливо розуміти, що бенчмаркінг і конкурентоспроможність йдуть одна за одним, бенчмаркінг допомагає виявити можливості для конкурентних переваг на регіональному ринку інформаційних продуктів і послуг.

Конкурентоспроможність бібліотек – це оптимальне поєднання якісних та вартісно-цінових параметрів підсумкових продуктів діяльності бібліотеки, що дозволяє витримати конкуренцію за наявності на профільному (насамперед інформаційному) ринку аналогічних або близьких за характеристиками послуг.

Ринковий успіх бібліотечно-інформаційної діяльності залежить від низки чинників, зокрема:

- ступеня задоволення потреб та очікувань користувачів;
- правильності вибору пріоритетів основного та наднормативного функціонування;
- чіткість реалізації селективного підходу до відбору цільових груп обслуговування;
- вміння співробітників бібліотеки оперативно здійснювати пошук необхідних вихідних матеріалів та творчо інтерпретувати їх у аналітичну та іншу метаінформацію;
- успішність гармонізації додаткових платних послуг/продукції з основним безкоштовним обслуговуванням;
- доступність підсумкових результатів діяльності бібліотеки для користувачів [33 с. 79].



Рис. 1.2 «Чинники ринкового успіху»

(розроблено за: [20])

Потрібно зазначити, що бенчмаркінг сприяє використанню зовнішніх стандартів для удосконалення якості внутрішніх процесів роботи бібліотеки. Можливими шляхами здійснення бенчмаркінгу в бібліотеках є створення різних консорціумів, асоціацій із залученням партнерів-конкурентів.

Кожен із цих видів може бути використаним у бібліотекознавстві. Для того щоб покращити діяльності бібліотеки в загальному та щоб вивчити довгострокові стратегії і загальні підходи, що допомогли бібліотекам – лідерам досягти успіху використовують стратегічний бенчмаркінг. Який включає в себе план розвитку нових продуктів та послуг та докорінної зміни діяльності самою установи. Стратегічний бенчмаркінг – це метод, що комбінує стратегічне планування з процесами бенчмаркінгу задля того знайти необхідні для переймання бібліотекою відчутні переваги і підвищити міру ефективності управління, реалізацію проєктів, що ґрунтуються на результатах бенчмаркінгу.

Бенчмаркінг діяльності або конкурентоспроможний бенчмаркінг може використовуватися бібліотеками для розгляду своїх позицій за характеристиками

надання ключових послуг. В цьому випадку еталони для бенчмаркінгу обираються для аналізу тих самих показників, але часто зайва конфіденційність стає перешкодою для такого обміну досвідом [54].

Бенчмаркінг процесів використовується при аналізі специфічних процесів й операцій роботи бібліотеки. Еталони відбираються серед тих, хто має найкращі показники й успішніше виконує подібну роботу або подібні види послуг. Бенчмаркінг процесів незмінно відбуваються за допомогою складання карт бібліотечних технологічних процесів, щоб порівняння й аналіз відбувалися наочно і легко. Такий тип бенчмаркінгу може мати позитивні результати за досить короткі терміни.

Функціональний або загальний бенчмаркінг використовується, коли у бібліотеці потрібно провести бенчмаркінг з партнерами з різних галузей інформаційної діяльності або кращими функціональними операціями окремих бібліотек з метою поліпшення однакових функцій або робочих процесів. Його можна використовувати для навчання на прикладі різних галузей діяльності бібліотек-лідерів, що припускають запозичення аналогічних функцій або робочих процесів. Еталонами цього виду бенчмаркінгу зазвичай стають бібліотеки-партнери, що мають низку схожих технологічних або інформаційних характеристик. Оскільки цей вид еталонного зіставлення не торкається прямих конкурентів, бібліотека-партнер по бенчмаркінгу частіше готова поділитися інформацією і взяти участь в дослідженні. Цей вид бенчмаркінгу сприяє значним інноваційним проривам і різкому поліпшенню роботи бібліотеки.

Внутрішній бенчмаркінг припускає пошук еталона у бібліотеці, наприклад, в іншому структурному підрозділі. Головні переваги внутрішнього бенчмаркінгу – легший доступ до інформації для аналізу, а для її отримання вимагається менше часу і ресурсів. При внутрішньому бенчмаркінгу значно простіше здійснювати впровадження, досвід передається в рамках однієї бібліотеки.

Зовнішній бенчмаркінг припускає пошук бібліотек, які відомі як кращі, проте не кожен найкращий досвід може бути застосований. Цей вид бенчмаркінгу може зайняти більше часу і ресурсів для проведення порівняння даних і інформації, перевірки правдивості даних і вироблення рекомендацій.

Міжнародний бенчмаркінг використовується тоді, коли пошук еталона відбувається в інших країнах. Проте це може зайняти більше часу і ресурсів, а результати можуть зажадати ретельного аналізу через ментальні відмінності [38].

Досвід установи показує, що в бібліотеці, яка тільки починає займатися бенчмаркінгом, як правило, слід починати з внутрішнього бенчмаркінгу, але найбільш ефективним вважається комплексне використання різних видів бенчмаркінгу. Це дозволить провести системне вивчення усіх чинників і причин, які визначають позиції бібліотеки-лідера. Попри різноманітність визначень, застосування методів бенчмаркінгу передбачає:

- регулярне порівняння аспектів діяльності (функцій або процесів) з бібліотеками-лідерами;
- визначення недоліків в діяльності досліджуваної бібліотеки;
- пошук нових підходів для внесення удосконалення в роботу досліджуваної бібліотеки;
- моніторинг інновацій у роботі бібліотек-лідерів.

Причому, бенчмаркінг – це не сліпе наслідування його основне завдання – освоєння кращого досвіду й адаптація його у досліджуваній бібліотеці, але не усе проаналізоване може ефективно у ній працювати: іноді ідеї, що з першого погляду не здалися гідними наслідування, після деякого переосмислення і доопрацювання можуть бути переоцінені.

Послідовність проведення еталонного зіставлення була визначена Р. Кемпом, для дослідження бібліотеки його можна застосовувати у декілька етапів:

1. Виявлення і визначення об'єктів еталонного зіставлення.

2. Відбір еталонів і фахівців з проведення бенчмаркінгу.
3. Визначення відповідного методу збору інформації й збору даних.
4. Виявлення наявних невідповідностей і відставань досліджуваної бібліотеки від бібліотек-конкурентів за вибраними показниками.
5. Встановлення бажаних результатів і рівнів ефективності діяльності бібліотеки.
6. Інформування про результати еталонного зіставлення представників усіх зацікавлених сторін і отримання згоди на їх застосування.
7. Встановлення певної мети й завдань підвищення ефективності діяльності бібліотеки.
8. Розробка плану дій для досягнення цілей.
9. Проведення запланованих заходів і аналіз їх результатів. Досвід повністю інтегрований в процеси.
10. Перегляд раніше обраних стратегій для бенчмаркінгу [60 с. 35].

Спрощений варіант застосування бенчмаркінгу складається з чотирьох послідовних дій:

- 1) осмислення й розбір методик та елементів діяльності установи.

На цій стадії встановлюються складні поля роботи бібліотека, що є проблемними та які можна і потрібно вивчати за допомогою розгляду роботи. Це створює можливість розглянути діяльність установи з критичної точки зору, як в цілому, так і окремих процесів і аспектів її роботи. На цьому етапі вирішується який із видів бенчмаркінгу найкраще буде працювати. Як показує практика, завдяки регулярному складанню звітів про роботу бібліотеки, досконально аналізується кожна ділянка її діяльності і дозволяє визначити слабкі місця [48 с. 267].

- 2) аналіз процесів інших бібліотек.

Аргументувавши цілі, потрібно активно почати пошук якнайкращого еталону для порівняння. Можливими установами можуть бути лідери, але вони повинні мати

максимально прості для порівняння властивості. Водночас, аналіз роботи проводиться саме по конкретних показниках роботи.

3) порівняння результатів своїх процесів з результатами аналізованих бібліотек. Цей етап передбачає додатковий збір необхідних даних, що представляють особливу цінність і розгляд змісту роботи, технологічних процесів або чинників, які сприяють її ефективній роботі. Аналізувати в такому випадку означає не лише знаходити схожість і відмінності, але і визначити причинно-наслідкові зв'язки.

4) впровадження високоякісних та кількісних змін для подолання відриву.

Позитивний досвід інших бібліотек повинен стати стимулом для подальшого прогресивного інноваційного розвитку власної бібліотеки і її організаційної структури. Виявлений досвід, використання якого може привести до істотного удосконалення роботи бібліотеки, обов'язково треба реалізовувати за допомогою обґрунтованих планомірних конкретних заходів. При цьому може виникнути деяка невідповідність між отриманими даними й звичайним, прийнятим і сталим плануванням. Як наслідок з'являється необхідність корінної переорієнтації, яку на практиці непросто здійснити.

Згідно проведеного дослідження та розбору наукових робіт, було створено власне бачення методики проведення аналізу бібліотек з бібліотеками-лідерами в інформаційному середовищі. Ця методологія ґрунтується насамперед на аналізі діяльності бібліотечних установ в інформаційному та цифровому середовищі. Це означає, що аналіз відбувається саме завдяки роботі із офіційними сайтами бібліотек та соціальними мережами. Дослідження відбувається у декілька кроків:

Крок 1. Залученість користувачів.

Це насамперед наскільки громада довіряє та відвідує заходи установи, чи користується продуктами та послугами, що вона надає. Цей критерій дозволяє зрозуміти, які продукти та послуги залучають більше користувачів.

Крок 2. Висвітлення діяльності установи ЗМІ.

Важливим показником довіри серед жителів громад є саме висвітлення діяльності ЗМІ. Цей показник дозволяє розуміти наскільки відомою є установа та чи має вона авторитет. ЗМІ допомагають розкрити діяльність та створити правильний погляд на установу у громадськості.

Крок 3. Аналіз сайтів провідних бібліотек.

Вивчення сайтів бібліотек-лідерів є важливим аспектом аналізу власної установи задля покращення продуктів та послуг. Важливо простежувати діяльність лідерів задля створення власних конкурентних можливостей.

Аналіз сайтів провідних бібліотек у своїй меті має: постійне спостереження за ресурсами установи, її змінами, перегляд новин, що представлені на сайті. Аналіз діяльності через офіційні сайти дає можливість побачити їх актуальність у цифровому середовищі, разом з тим це полегшує роботу пошуку інноваційних ідей для інших установ. (Рис. 1.2.).



Рис. 1.2. «Методологія дослідження бібліотечних установ в інформаційному просторі»
(розроблено автором)

Застосування для процесів бенчмаркінгу соціальних мереж, сприяє досягненню швидких конкурентних переваг, шляхом запозичення передових технологій. Бенчмаркінгова взаємодія дозволяє скористатися ресурсами великої кількості бібліотек, представлених в мережах. Між бібліотеками складаються стосунки довіри й партнерства, які припускають добровільну участь в удосконаленні партнерів і обмінні інформації.

Це один із ключових факторів успіху установ на ринку. За умови сталого зовнішнього середовища і постійного вдосконалення якісних та цінових характеристик свого продукту рівень конкурентоспроможності продуктів та послуг можна прийняти за конкурентоспроможність установи загалом [6].

Можна зробити висновок, що однією із найпотужніших і ефективніших технологій, що дозволяє безперервно проводити порівняльний аналіз ресурсів бібліотеки, навичок і умінь бібліотечного персоналу, пошук кращих методів оптимізації управлінських процесів і в результаті застосувати найбільш передовий і вдалий досвід функціонування з метою досягнення найбільшої ефективності – є бенчмаркінг. Оскільки досліджується досвід бібліотек, що займають передові позиції, це дозволяє зменшити час на пошук власних напрямів розвитку, використовуючи вже перевірені методи, що довели свою ефективність. На відміну від маркетингу, бенчмаркінг покликаний сформувати авторитетний портрет бібліотеки на внутрішньому рівні і представити отриманий результат на макрорівні соціокомунікаційного простору, паралельно формуючи її імідж на зовнішньому рівні [52].

Бенчмаркінг не обмежується процесами продукування бібліотекою нових інформаційних ресурсів і створення моделей віртуального обслуговування, оскільки спрямований на виведення аналітичних е-продуктів високої якості на

інформаційний ринок і адаптацію в соціально-комунікаційному середовищі. Можна виділити наступні напрями застосування бенчмаркінгу у бібліотечній галузі, що спрямовані на:

- задоволення інформаційних потреб користувачів бібліотеки і попиту на документно-інформаційні ресурси бібліотеки;
- соціокомунікативний зв'язок бібліотеки із зовнішнім середовищем;
- підвищення якості спектру сервісних послуг;
- використання сучасних технологій;
- традиційні напрями діяльності бібліотеки, побудовані на класичних принципах;
- створення позитивного іміджу установи.

На сьогодні актуальною причиною звернення до бенчмаркінгу серед інституцій соціально-інформаційного типу є прагнення займати передові позиції в конкурентному інформаційному середовищі. Саме у напрямі поєднання методології бенчмаркінгу та інформаційних технологій для удосконалення функціонування вагомого суспільного соціального інституту – бібліотеки, будуть проводитися подальші дослідження [52].

Сьогодні бібліотечні установи повинні спиратися насамперед на якість продуктів, що надаються та створювати нові можливості. Саме задля якісного аналізу роботи та створенню їх нових можливостей і використовують бібліотечний бенчмаркінг.

Висновки до 1 розділу

Явище «бенчмаркінг» з'явилося у 20 ст. У розробці стратегії концепції бенчмаркінгу та розумінню цього інструменту брали участь велика кількість науковців: іноземних та українських. Було надано багато варіацій розуміння поняття «бенчмаркінг».

Головними науковцями, що схарактеризували концепцію були: Д. Аакер, Н. Воеводина, І. Данілова, Д. Маслова, Р. Рейдер, Т. Пилчер. У кожній сфері діяльності є своє розуміння поняття «бенчмаркінг» та його використання, як інструменту конкурентоспроможності.

Стан вивчення явища «бенчмаркінг» є досить досліджуваним як іноземними так і українськими вченими. Проте, не зважаючи на це, бенчмаркінг з кожним роком потребує все більш повного дослідження в залежності від сфери діяльності в якій він застосовується.

Загальне поняття «бенчмаркінг» трактується як, систематичний спосіб визначення, розуміння і розвиток найліпших за якістю продуктів, послуг, дизайну, обладнання, процесів і практик із метою поліпшення реальної ефективності організації. Це поняття може підходити до різних сфер, але потрібно розуміти, що досконале знання та орієнтація у визначеннях дасть змогу застосувати саме під потрібну сферу діяльності або ж галузь знань. Для кращого розуміння цього явище є поділ розуміння методу за сферами його використання.

Бенчмаркінг можна охарактеризувати за такими критеріями, як:

- як пошук;
- як процес;
- як діяльність;
- як метод, інструмент, спосіб.

Тим не менш є велика кількість дослідників, що не дотримуються даного поділу розуміння явища «бенчмаркінг» та мають кардинально різні погляди.

Рівнозначним до «бенчмаркінгу» також є термін «конкурентоспроможність». В якомусь значенні вони співіснують в одній площині, адже бенчмаркінг є тим інструментом, що допомагає вирізнити сильні сторони для можливості створення конкурентного шляху установи.

Термін «конкурентоспроможність» варіюється залежно від сфери у якій застосовується. Певним чином видозмінюється, проте єдиним є те, що поняття

«конкурентоспроможність» зображує здатність досліджуваного об'єкта ефективно виконувати поставлені завдання та при тому конкурувати з іншими установами.

Методичні та теоретичні аспекти оцінки конкурентоспроможності установи активно вивчають такі науковці, як І. Ансофф, А. Воронкова, І. Герчикова, А. Градов, П. Зав'ялов, М. Портер, В. Оберемчук, Р. Фатхутдінов, З. Шершньова та ін.

РОЗДІЛ 2

РІВНЕНСЬКА ОУНБ В РОЗРІЗІ ІСТОРІЇ ТА РОЗВИТКУ УСТАНОВИ

2.1 Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека: історичний аспект діяльності найбільшого книгосховища області.

З метою визначення конкурентних переваг установи, задля кращого розуміння діяльності бібліотеки у конкурентному середовищі, необхідно розглянути історію створення та функціонування установи. Ознайомитися із методами роботи, її головними аспектами. Задля цього потрібно застосувати історичний бенчмаркінг, що за свою мету має порівняння діяльності у минулому та за поточні роки.

Сьогодні установа у своїй діяльності зберегла досить велику кількість послуг, що запровадила ще у перші роки свого існування. Проте, є багато інформаційних продуктів і послуг, що впроваджуються сьогодні вперше в бібліотечних установах України. Для того, щоб розібратися із надбаннями сьогодення потрібно перш за все згадати те, що створювала установа в перші роки створення.

Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека була заснована в 1940 р. Для бібліотеки було виділено житловий будинок по вулиці 13 Дивізії (сучасна Симона Петлюри буд. 17). Бібліотеку розмістили в будівлі, спорудженій у 1903р. для родини рівненських комерсантів Вігдоровичів за проєктом О. Крижанівського. 1939р. будівля була конфіскована у власників. Спочатку бібліотека ділила її з «військовим батальйоном урядового зв'язку» [30].

У перші роки діяльності бібліотека приділяла саме обслуговуванню читачів та видавничій діяльності. Проте послуга, що якнайбільше приваблювала читачів була – Літературні вечори.

У 1940р. книжковий фонд бібліотеки становив 30 тис. документів, на даний час, фонди установи сягають 800 тис. примірників. З початком наступу німецько-фашистських військ на території СРСР у червні 1941р. усім керівникам установ культури було дано команду до особистої евакуації. Архівні матеріали документів Обласної бібліотеки для дорослих, фонди та майно не евакуювали. Під час німецької окупації будинок бібліотеки використовувався під госпіталь. Книги були перенесені в сарай і підвал. Після звільнення міста 2 лютого 1944 р. від нацистських військ Обласна бібліотека для дорослих розпочала роботу в тому ж самому приміщенні.

На початку березня 1944 р. свою роботу розпочала читальня. До кінця року її відвідали 5000 чоловік. На кінець року в бібліотеці було 40000 книг, з них: 2000 української художньої літератури, 2500 російської художньої літератури, 6000 польської і чеської літератури, іншої іноземної літератури – 10000 томів. У звіті директора установи – Безюк Зінаїди Микитівни вказано, що «цей бібліотечний фонд утворився з залишків міської бібліотеки». Бібліотека надавала в користування 90 назв журналів і 58 назв газет. Було відкрито 18 пересувок для обслуговування госпіталів, вісйкових частин і держустанов.

Першого травня 1944 р. почав працювати абонемент, до кінця року ним скористалися 1600 чоловік. Щоденно абонемент відвідувало 200-250 чоловік. Масова робота здійснювалася у військових частинах, партійних організаціях. До кінця 40-х років ХХ ст. налічувалося 52 тис. примірників видань. Потужно надходила література з різних галузей знань, російська класика та радянська художня література.

У 1947 р. бібліографічна робота складалася із укладання бібліографічних списків. Вперше складено «Календарь знаменних дат на 1948 год». З навчальною метою складалися бібліографічні огляди, але читалися вони в бібліотечному колективі, лише частина – перед читачами, по радіо було прочитано 2 теми. Були укладені невеликі картотеки на теми: до виборів у місеві ради, літературно-

критичні статті, з природознавства, методико-педагогічні статті, з питань мистецтва. Проведено 102 консультації, було зроблено 378 бібліографічних добірок для читачів.

Відзначалося, що у цьому році бібліотека мала потребу у вітчизняній художній літературі, була бідною на західноєвропейську літературу, мала незначний асортимент природничої літератури і літератури з мистецтва. У 1947 р. бібліотека обслужила 4007 користувачів, з них: на абонементі – 2032, у читальні – 952, на пересувках – 1023. Жінок було 2017, а чоловіків 1990. Серед читачів було 519 робітників, 1728 службовців, 1135 учнів, інших – 625. Читачі прочитали 68352 книг. З них: художньої літератури – 38987, твори класиків марксизму-ленінізму – 4767, природничо-математичної – 3805, з питань техніки – 6102, сільського господарства – 4374 книги. Українською мовою було прочитано 27640 книг, російською – 40082, іншими мовами – 630 книг. Газет видано за рік 40266 прим. У середньому один читач прочитав 17 книг (Рис. 2.1).



Рис. 2.1. «Обслуговано читачів у 1947 р.»

(розроблено за: [24])

Згідно таблиці можна простежити за тим, хто відвідував установу у 1947 р. За гендерним показником жінки відвідували установу більше ніж чоловіки. Жінок відвідало 2017 осіб., а чоловіків – 1990. За відділами обслуговування найбільше осіб ходили до абонементу – це 2032 особи, на пересувках обслуговувалося 1023 особи, у читальні – 952 особи. За мовним показником книги найбільше видавалися: російською – 40082 прим., українською – 27640 прим., іншими мовами – 630 прим. Згідно статусу користувачів найбільше до бібліотеки ходили службовці – 1728 особи, робітники – 519 осіб, учні – 113 осіб, інші верстви населення – 625 осіб. Згідно показнику виданих книг за їх видами, найбільше видавалася художня література – 38987 прим., літератури з питань техніки – 6102 прим., твори класиків марксизму-ленінізму – 4767 прим., з сільського господарства – 4374 прим., твори природничо-математичного спрямування – 3805 прим.

У 1947 р. в структурі бібліотеки почав роботу методичний кабінет та бібліограф. Головним завданням методичного кабінету було створити мережу хат-читалень, бібліотек в області. У кінці 40-х років сформувались основні напрямки, форми і методи роботи бібліотеки. Забезпечувалася робота з фондом, обслуговування читачів на абонементі, у читальному залі та на пересувках, які були не тільки у місті, а і за його межами. Читачі обслуговувалися через міжбібліотечний абонемент. Масова робота складалася з лекцій і доповідей, читацьких конференцій, книжових виставок, розгорталися фотомонтажі і плакати. Бібліотечна робота спрямовувалася на допомогу вивченню мароксистсько-ленінської теорії, самоосвіті, для поширення науково-популярної літератури [24 с. 87].

Методична робота складалася з підготовки методичних розробок для популяризації ідеологічно значимих дат, подій, книг укладання рекомендаційних списків літератури та інструкцій для організації роботи бібліотеки, проведення

виїздів з надання допомоги та контролю за роботою, проведення семінарів та нарад, надання консультацій, організації обміну досвіду між бібліотеками.

У 1955 році було обслужено на абонементі 4296 читачів, у читальні – 1402, у пересувках – 503. Загалом їм було видано 185764 примірники видань. В цей рік у бібліотеці працювали 12 працівників: директор, 2 завідувачі відділами, завідувачий кабінетом, бібліограф, 4 бібліотекарі та помічник бібліотекаря. Серед проведених конференцій, що відбулися: «Відображення революції 1905 – 1907 років в художній літературі», «Передові письменники капіталістичних країн в боротьбі за мир», вирізняється «конференція по твору В. Сімаковича «Маяки» у будинку культури проходила за участю автора». У 1955 р. бібліотека, яка методичний центр, опікувалася проблемами комплектування фондів, як самої обласної бібліотеки, так і для бібліотек області. Особлива увага в установі приділялася масовим заходам.

Впродовж 1957 р. серед читачів зібрано 63 відгуки на нові книги з різних галузей різних галузей знань та художньої літератури. Випущено три номери бюлетеня з відгуками книг. Поступово вводилися вимоги відповідності статусу бібліотеки, а саме: починаючи з травня 1956 року припинено запис до бібліотеки учнів середніх шкіл [49 с. 37].

На 1957 р. у фонді налічувалося 241788 примірників, книгами закладу скористалося 6007 читачів, яким було видано 184887 книг. Сфера діяльності обласної бібліотеки розширювалася, поступово збільшувався її штат, який складав 15 чоловік [49 с. 39]. Методична діяльність була різноманітною за формами та тематикою, зокрем а у підготовці методико-бібліографічних матеріалів. Приділялася увага організації книжкових виставок, відбору і відображенню на них друкованої продукції, робились акценти на особливому відборі літератури до рекомендаційних списків.

У 60-х рр. обласна бібліотека працює у дві зміни: читальний зал з 09:00 до 21:00 години вечора, абонемент з 10:00 до 21:00 години вечора. Бібліографи

чергують з 09:00 до 21:00. Обслуговування читачів проводиться з 21:00 до 21:00 години вечора [49 с. 42]. На 1 січня 1962 р. фонд бібліотеки становить 267196 книг. Комплектування бібліотек області здійснювалося обласним бібколектором, було централізовано кошти на комплектування районних, міських, сільських бібліотек. Бібліотеки стали систематично отримувати нову літературу. У 1962 р. склад читачів становив всього 7337 читачів. Серед користувачів бібліотечними послугами були: службовці, студенти, робітники та ін (Табл. 2.1.).

Таблиця 2.1.

«Склад читачів на 1 січня 1962» [75]

Відділи	Всього	Стать		За соціальним станом			
		Чол.	Жін.	Роб.	Служб.	Студ.	Ін.
Абонемент	5672	2702	2970	1298	2393	1153	828
Читальна зала	1665	503	1162	273	746	537	109
Всього:	7337	3205	4132	1571	3139	1690	937

У таблиці наведено кількість користувачів бібліотеки, що відвідували різні відділи, їхнє соціальне становище. За наведеними даними можна зробити висновок, що за гендерним показником жінки відвідували бібліотеку більше. За соціальним станом серед читачів переважали саме службовці. Порівнюючи показники 1957 р. і 1962 р. можна зробити висновок, що за гендерним показником все ще переважають жінки, за соціальним статусом переважають службовці, за відділами, що найбільше відвідуються переважає відділ абонементу.

Велика увага приділялась виданню бібліографічних матеріалів краєзнавчої тематики: «Ровенщина в художній літературі» (1962 р.), «Літературна Ровенщина», «З історії міста Ровно» (1965 р.). У 1968 році підготовлено до видання матеріали з досвіду роботи «З книгою до віруючих», «Робота бібліотек на допомогу хліборобам» та бібліографічний показник «Соціалістична Ровенщина», остання робота вийшла у видавництві «Каменярь» лише в 1972 році. Це перше

фундаментальне видання підготував В.П. Гайдук. У покажчику були зібрані відомості про видання післявоєнних років, присвячені області [24 с. 103].

З 1973 р. щоквартально виходить бібліографічний покажчик «Новини краєзнавчої літератури», який розсилали в усі бібліотеки області в друкованому вигляді. Бібліографи проводять значну роботу з підготовки до друку ретроспективного покажчика «Бібліографія до історії міст і сіл Ровенщини» [24 с. 113].

Розвивалася бібліографічна діяльність та збільшувався асортимент видань рекомендаційної бібліографії. Протягом 1977 р. було підготовлено і видано 13 рекомендаційних бібліографічних посібників, загальним тиражем 15332 прим.

У 1981 р., коли бібліотека отримала нове приміщення, що знаходиться в центрі міста Рівне, зросла і кількість послуг, що надавалася бібліотекарями для користувачів. У лютому 1982 р. було створено редакційно-видавничий відділ, основним завданням якого було якісне забезпечення підготовки до випуску видань бібліотеки, друкування і тиражування матеріалів.

Також за історією діяльності установи, можна зробити висновок, що головним напрямом було: пропаганда марксистсько-ленінських настроїв, в той період бібліотека повністю залежала від патрійних настроїв та пропагувала їхню історію, правду. По-іншому установа не мала б змоги існувати, адже все підпорядковувалося вищим чинам.

Протягом років до бібліотеки надходила різна кількість документів. За наведеними даними можна простежити, як з роками змінювалася кількість примірників. Також змінилася і наповнюваність за галузями знань. На сьогодні, найбільшими надходженнями за галузями є: історія України, психологія, художня література українських та іноземних авторів.

У сучасній бібліотеці змінено розміщення відділів і їхнє функціональне призначення. Нове приміщення дало можливості для кращої організації обслуговування читачів: створено сектор статистики та контролю зі столом

довідок; відділ іноземної літератури, відділ краєзнавчої літератури і бібліографії, редакційно-видавничий відділ. Протягом 90-х років почала надходити нова література, і відбувся перехід із неєвської установи в організацію, що стала методичним та координаційним центром для бібліотечних установ області. Розпочалася реорганізація установи, з'явилися нові відділи, в кожного на меті було залучення читачів та задоволення їх потреб. У 1991 р. розпочалась комп'ютеризація традиційних бібліотечних технологій, автоматизовано такі технологічні процеси: облік документальних надходжень, читачів та бібліотечна статистика [53].

Більшість заходів, що проводилися у бібліотеці мали за мету підвищити рівень інтересу читачів до історії України, її минулого і сучасного, народних звичаїв та обрядів, на ознайомлення із життям і творчістю репресованих українських діячів культури, літератури, науки. Так, серед найяскравіших були: вечір пам'яті Олени Теліги, «Забуті перлини духовної музики», «Микола Куліш на верхів'ї драматургії та ін.

Уперше в практику роботи закладу впроваджено бібліотечний маркетинг, а саме: укладено договори з установами та організаціями на платне інформаційне обслуговування. Значно активізувалася робота бібліотеки з надання платних послуг читачам. Поряд з традиційними (гуртки з удосконалення знань мов англійської й німецької, звукозапису, продажу літератури з обмінного фонду, «нічного абонементу», продаж сценаріїв масових заходів, проведення вечорів) були введені нові послуги: плата пені за просрочений встановлений термін повернення книги, перегляд промислових каталогів зарубіжних фірм та ін.

У 1993 р. бібліографічним відділом було розпочато створення: електронної бази даних бібліографічних описів статей з періодичних видань та збірників, формування фактографічної бази даних «Інформаційний портрет Рівненщини» обсягом 16Мб. Укладено бібліографічні бази даних «Ринкова економіка», «Фінанси», «Одвічні джерела», «Острогу – 900 років». Розпочато формування

контенту БД рішень виконавчої влади та органів місцевого самоврядування та електронних версій місцевих газет, окремих краєзнавчих видань.

У 1996 р. бібліотека отримала грант від Міжнаодного фонду «Відродження» для реалізації проєкту «Пропагуємо спадщину». Розпочато реалізацію мети – створення банку даних краєзнавчих документів на електронних носіях для доступу до них через мережу Інтернет через комутований канал. Відділом краєзнавчої літератури і бібліографії розпочато створення електронної бази даних бібліографічних описів краєзнавчих документів. Дарунок бібліотеці зробив громадянин США, доктор Хенк Брінк – комп'ютер та дискети з медичною інформацією, укладеною Бібліотекою Конгресу США [60]. Відділом технічної літератури щопочаткована нова форма роботи – цикл «Ділових зустрічей» на актуальні теми: «З практичних питань приватизації», «Сучасний портрет ділової жінки», «Підприємець і підприємство», «Реклама навколо нас» та ін. У 1997 р. організовано підключення до мережі Інтернет через комутований канал зв'язку [59].

У 2002 р. бібліотека розпочинає видавати інформаційний бюллетень «Інва.net» для осіб з інвалідністю, у якому подавалася інформація про те, як боротися з хворобою, консультації лікарів, психологів, священників, про нове у законодавстві, відповіді фахівців соціальної сфери. Також висвітлювалася творчість людей з інвалідністю, діяльність громадських організацій. Даний бюллетень випускається і по сьогоднішній день. Дане видання не має аналогів на теренах вітчизняної бібліотечної практики. Також було розпочато формування аудіокопії видання, що оприлюднюється на сайті обласної бібліотеки «Аудіобібліотека».

У 2003 р. розпочалася робота над створенням «Регіонального інформаційного порталу «Рівненщина». Штат новоствореного сектору складався із семи чоловік. У 2022 р. РОУНБ обслуговує близько 40 тис. користувачів, книговидача становить 706 тис. примірників. Серед користувачів установи є такі

верстви населення: наукові працівники, студенти, діячі культури і мистецтва, робітники, ВПО, пенсіонери, спеціалісти народного господарства.

Штат бібліотечних працівників – 70 чоловік. Всі спеціалісти з вищою освітою. Фонди бібліотеки нараховують 546 тис. одиниць видань українською, російською, польською, англійською, німецькою, французькою та ін. мовами. Склад фондів є універсальним за змістом. Провідне місце займає наукова та виробнича література. Бібліотека має потужну електронну бібліотеку, обсяг якої становить 635 тис. бібліографічних записів та повних текстів документів. Створено і підтримуються 6 сайтів та 2 блоги, на яких щорічно реєструється близько 900 тис. звернень користувачів, що переглядають понад 2 млн. сторінок.

Створений сайт «Освітній навігатор». Необхідність такого ресурсу викликана великою групою користувачів, яким потрібна оперативна інформація 0 це вчителі загальноосвітніх шкіл, учні і їх батьки. Вже в перший рік роботи сайту його відвідали 83834 оригінальні відвідувачі. Сьогодні щоденна статистика – близько 4000 відвідувачів. Сайт допомагає насамперед сільським бібліотекам задовольнити запити від вчителів, учнів та їх батьків. Бібліотека також розпочала формувати сайт «Електронна бібліотека творів авторів Рівненщини», який поповнювався повнотекстовими документами місцевих авторів. У 2009 році відформатовано 120 назв й лише 12 назв виставлено в Інтернет з погодження авторів.

Розпочато формування фонду аудіокниг. Потреба у виданнях в аудіоформаті виявлена серед людей старшого віку, слабозорих та незрячих, батьків, які бажають долучити дітей до ознайомлення з програмними творами.

Особливою популярністю в 2009 р. у віддалених клієнтів користувалася послуга віртуальної довідки, що розміщена на сайті бібліотеки (Додаток сайт бібліотеки). Інформацію про документи було надано 656 користувачам у 774 віртуальних довідках. У 2010 р. бібліотекою започатковано конкурс «Краща книга Рівненщини» спільно з Рівненським обласним відділенням Української

бібліотечної асоціації. Конкурс на кращу книгу проводиться кожного року. Перелік книг-переможців конкурсу за 2010-2022 роки (Додаток А).

2011 рік – це рік започаткування методичного блогу «Libr.net», визначеного як віртуальний продукт, через який поширювався позитивний бібліотечний досвід. Працівники відділу маркетингу та наукової роботи РОУНБ розмістили 140 постів про досвід роботи бібліотек у розділах «Бібліотечні інновації», «Конкурси», «Професія бібліотекар», «Дискусійний майданчик» та ін. Для бібліотек області було підготовлено методичні матеріали «Технологія веб 2.0 в бібліотеці», «Організація інформаційних ресурсів на електронних носіях у центральних районних бібліотеках» [28]. Перший досвід та організація проведення флешмобу «Читати – це модно» було записано та виставлено в мережу Інтернет. Учасниками були працівники бібліотеки та модельне агенство «Панна».

Бібліотекою спільно з РОВ УБА започатковано обласний фестиваль конкурс інноваційного бібліотечного досвіду «Бібліофест». Конкурс став щорічним. Вперше бібліотека разом з РОВ УБА у 2012 році виступила організатором громадського обговорення «Якою має бути бібліотека нашої громади?», що проходило з березня до вересня на теренах Рівненської області. Метою обговорень було визначення перспективи бібліотечного обслуговування в області і розроблення шляхів модернізації книгозбірень відповідно до пропозицій мешканців краю.

Для рекламування бібліотеки в мережі Інтернет створено власний канал на відеохостингу «YouTube», де на сьогодні накопичено 554 відеозаписи (репортажі місцевого телебачення, власні ролики, відеозаписи партнерів бібліотеки). Активно використовуються аккаунти в соціальних мережах «Instagram» та «Facebook» та на каналі «Telegram». Соціальні мережі значно допомогли бібліотеці залучити до її використання частину громадян.

Бібліотека організовує щорічно понад 300 масових заходів, з яких більше 200 – це ілюстративно-книжкові виставки, коментовані та віртуальні виставки.

Експонується біля 20 виставок образотворчого мистецтва та авторських фоторобіт відомих на Рівненщині митців та початківців.

Особливі заходи проводяться влітку. Вони об'єднані в цикл «Літня читальня». Особливістю є те, що заходи проводяться на вулиці, на доріжках та газонах парку Молоді («Лебединка»). Для користувачів бібліотеки якісно надаються нові послуги через соціальні мережі Інтернет, віртуальні послуги, послуги через Пункти доступу громадян до офіційної інформації.

У бібліотеці діють клуб з вивчення англійської мови «Speaking club», літературна вітальня «Співрозмовник», ресурсний центр «Вікно в Америку», Інформаційно-ресурсний центр для викладачів англійської мови, проект «Заочний абонемент» німецького культурного центру Гете-Інституту у Києві, Навчально-тренінговий центр, центр «Інтернет-Окуляр» для людей з вадами зору, Центр європейської інформації, Кімната сімейного читання структурного підрозділу абонементу.

У 2020 р. цифрова бібліотека поповнилася БД «Рівненщина. Минуле й сьогодні», яка представляє електронний каталог та повні тексти документів, відео- і фотодокументи з різних питань життєдіяльності краю. База даних нараховує 8000 документів і постійно оновлюється. Впродовж попередніх років і сьогодні бібліотека бере активну участь у створенні та реалізації проектів, підтриманих закордонними інституціями та органами місцевого самоврядування.

Видавнича діяльність бібліотеки зосереджена на підготовці в основному краєзнавчих бібліографічних посібників: Новини краєзнавчої літератури, Література до знаменних і пам'ятних дат Рівненщини, щорічний анотований каталог видань «Книга Рівненщини», посібники із серії «Дослідники рідного краю» та «Славетні земляки». Крім того випускаються збірники наукових статей, матеріали конференцій з питань бібліотечної справи, бібліотечного досвіду тощо.

Робота бібліотеки сьогодні і напочатку її діяльності дуже змінилася насамперед через зміни, що відбулися в країні. Сьогодні установу не можна

вважати просто будівлею де зберігаються книги, разом з тим бібліотекарі – це не ті люди, що тільки видають книги. Пройшов час, змінилися пріоритети і разом з тим цінності людей стали іншими. Перед бібліотечними установами постали нові можливості і нові проблеми, які потрібно виконувати залежно від запитів користувачів.

Досить велика кількість послуг, що надавалася у перші роки свого існування залишилися та надається користувачам і по цей день, є послуги, що були покращенні та є послуги, що більше не мають попиту серед користувачів установи.

Такими послугами, що є популярними тоді і сьогодні є:

- Літературні вечори.
- Книжкові виставки (збільшилася різноманітність їх видів. На сьогодні є такі виставки: виставка-інсталяція, коментована виставка, виставка з коментарем ві бібліотекаря).
- Зустрічі із письменниками.
- Клуби за інтересами.
- Вивчення іноземних мов на базі бібліотеки.

Згідно проведеного історичного дослідження можна зробити висновки, що установа в минулому і сьогодні є центром життя громади. З часом вона змінила свої орієнтири проте головним посилом досі є залучення користувачів до бібліотеки, прививати любов до книги та читання загалом. Послуги, що надавала установа напочатку існування, і ті, що надає сьогодні насамперед покликані для задоволення читацьких потреб. Послуги з часом модернізувалися, додалися інші інноваційні продукти та послуги, це все пов'язано з тим, що змінюються запити користувачів бібліотеки, установа підлаштовується під користувачів та також видозмінюється під їхні потреби.

Завдяки методам роботи та послугам, що були створенні ще в перші роки діяльності РОУНБ і сьогодні відвідує багато користувачів та користується її послугами віддалено. Такими послугами, що залучали й залучають сьогодні користувачів є насамперед: тематичні заходи, обговорення книг, краєзнавчо-дослідницька робота, що залучає до установи науковців та студентів з місцевих вузів.

2.3 Аналіз діяльності установи через виділення сильних та слабких сторін

Зробивши всі відповідні прорахунки роботи бібліотечної установи, проаналізувавши діяльність РОУНБ в порівнянні з іншими бібліотеками обласного рівня важливо віднайти сильні та слабкі сторони РОУНБ. На основі отриманих даних створити проєкт бенчмаркінгу для установи є заключним етапом в пошуку шляху для створення кращого шляху розвитку установи як бібліотеки-лідера.

Головними інструментами реалізації й аналізу є проведення SWOT-аналізу в бібліотеці. Це означає окреслення слабких та сильних сторін РОУНБ. Також завдяки аналізу відбувається прорахунку можливостей та загроз для установи. Для цього потрібно застосувати внутрішній бенчмаркінг, що допоможе із середини проаналізувати роботу установи (Табл. 2.4).

Таблиця номер 2.4

«Сильні та слабкі сторони установи»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Велика кількість послуг.	Застаріла техніка.
Партнерство із ЗМІ.	Невелика кількість відвідувачів.
Розташування (центр міста).	Відсутність комфортних умов.
Кваліфіковані кадри.	Несучасний ремонт.

Сильні сторони бібліотеки зумовлені передусім великою кількістю масових заходів та з цього виникає слабка сторона – недостатньо компетентні працівники. Серед працівників установи невелика кількість може насправді якісно провести масовий захід. Це передусім зумовлено тим, що не було отримано належної освіти. Сьогодні для того щоб працювати у бібліотеці мало просто орієнтуватися у літературі, потрібно мати вміння користуватися компютером, програмами, не боятися виступати на велику аудиторію, вміння писати сценарії та організовувати зустрічі.

Рівненська обласна наукова бібліотека має велике приміщення та зручне розташування, знаходиться в центрі міста – це безумовна сильна сторона установи, адже користувачі бібліотеки можуть без проблем знайти установу, також є хороша транспортна розв'язка.

Бібліотека надає чимало інформаційних послуг та продуктів, серед них:

Оглядові екскурсії бібліотекою;

- екскурсії експозицією «Рівненщина літературна»;
- екскурсії найстарішими вулицями міста;
- організація квестів;
- курси цифрової грамотності;
- курси по оволодінню смартфоном для дорослих;
- тематичні міні-тренінги;
- заняття та зустрічі в клубах;
- кімната сімейного читання (робота з дітьми) [73].

Установа має безліч безкоштовних послуг й платних. Цінова політика на платні послуги є середньою на інформаційному ринку продуктів і послуг.

Рівненська ОУНБ співпрацює та має партнерські стосунки з іноземними інституціями: Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX), міжнародний фонд «Відродження», українсько-американський благодійний фонд

«Сейбр-світло», міжнародний благодійний фонд «Смолоскип», посольство США в Україні, Генеральне консульство Республіки Польща в м. Луцьк, німецький культурний центр «Гете-Інститут» в Україні, воєводська публічна бібліотека м. Ольштин (Польща).

Бібліотечна установа має тісні зв'язки із засобами масової інформації, що є дуже важливою сильною стороною у її діяльності. Рівненська ОУНБ має у партнерах:

- Телеканали (РТБ – Рівненська обласна державна телерадіокомпанія; Рівне-1; Сфера-TV).
- Радіохвилі (радіо «Край»; «Рівне-FM»; FM-радіостанція «Радіо-Трек»).
- Друковані видання (Рівненський тижневик «Льонокомбінат»; тижневик «Сім днів»; газета «Вісті Рівненщини»; громадсько-політична газета «Вільне слово»; газета «Рівне вечірнє»; газета оголошень та реклами «Афіша Рівне»).
- Інтернет-видання (Рівненський інформаційний портал «ОГО»; Рівненсько-Волинський інформаційно-аналітичний портал «Четверта влада»).

Важливим аспектом діяльності установи є роботи з людьми з інвалідністю. Проблема і слабка сторона установи є в тому, що не має кваліфікованих працівників, щоб могли продуктивно працювати із користувачами, що мають інвалідність. Задля подолання цієї проблеми установа часто залучає до своєї роботи студентів відповідних спеціальностей.

Основні слабкі сторони пов'язані із людським фактором. Багато фахівців пенсійного віку, залишки радянського виховання, не всі бібліотечні працівники можуть проводити масову роботу та працювати над створенням сценаріїв. Та на противагу цьому є працівники, що добре спеціалізуються на масовій роботі.

Також слабкими сторонами є те, що установа є недостатньо устаткованою сучасними гаджетами; має місце також ремонт, що є недостатньо сучасним, що

викликає проблеми серед залучення молоді до бібліотеки, які насамперед сьогодні цінують комфорт та затишок.

Будь-які слабкі сторони можливо перетворити на можливості, якщо здійснити правильний аналіз та окреслити проблемні зони й загрози, дані можливості подані в таблиці (Табл. 2.5).

Таблиця номер 2.5

«Можливості та загрози установи»

Можливості	Загрози
Збільшення кількості читачів.	Скорочення штату.
Розвиток соціальних мереж.	Зменшення фінансування.
Участь в конкурсах.	Зміни запитів користувачів.

Можливостями Рівненської ОУНБ є:

- збільшення кількості читачів;
- розвиток соціальних мереж;
- участь у конкурсах.

Всі ці фактори є важливими для можливості бібліотеки конкурувати на ринку інформаційних продуктів і послуг.

Загрозами установи у її діяльності є:

- скорочення штату;
- зменшення фінансування;
- зміни запитів користувачів.

Рівненська ОУНБ, як державна установа залежить від держави та її фінансування, важливо, щоб установа фінансувалася в достатній мірі. На сьогодні є проблеми із закупівлею книг, устаткування та організації умов для комфортного проведення часу.

Загрозою діяльності є скорочення штату, зумовлене тим, що штат нараховує 73 % працівників пенсійного віку, скороченням фінансування установи.

Згідно таблиць SWOT-аналізу, можна зробити висновок, звертаючись до оцінки поєднання сильних сторін із можливостями та загрозами. Також до оцінки поєднання слабких сторін із можливостями та загрозами

Згідно аналізу діяльності, виявлення слабких сторін РОУНБ можна зробити висновок, щодо реалізації цілей, що допоможуть триматися на високому рівні.

Дії, що бібліотечна установа повинна здійснити зумовлені аналізом слабких та сильних сторін разом із можливостями та загрозами.

Проблеми та методи на вирішення їх:

- проведення аналізу послуг, що надаються;
- приділяти увагу не кількості масових заходів, а їх якості;
- запровадити для працівників навчання ораторській майстерності;
- створення відокремленого відділу, що займається масовою діяльністю (корегує всі заходи установи);
- створення оплачуваних рекламних стендів, задля залучення коштів в установу;
- задля залучення молоді створити акаунти в соц. мережах для розважального контенту.

Всі ці заходи допоможуть скорегувати слабкі сторони та створити відповідні переваги над іншими бібліотечними установами

2.3 Конкуретноспроможність наукової бібліотеки в період глобалізації: головні конкуренти

Рівненська обласна наукова бібліотека своєю діяльністю займає високу сходинку серед бібліотечних установ України. Відсоток роботи масової роботи у працівника установи становить 50 % від всієї роботи. Тож установа має велику

кількість заходів, що спрямовані на залучення читачів та пропаганді читання. Сьогодні, коли читачі все менше звертаються до книг, надаючи перевагу альтернативним засобом знаходження інформації (Інтернету) бібліотека крокує в тому ж напрямку і використовує Інтернет для залучення та популяризації своєї діяльності.

Глобалізаційні процеси також зробити вагомий внесок у роботу бібліотечних установ. У період глобалізації перед бібліотекою постають нові проблеми та можливості.

Сьогодні, бібліотека відіграє роль:

- «Культурного наставника», що своєю діяльністю пропагує історію української державності, козацтва (звертається у своїй діяльності саме до патріотичного виховання молоді, популяризації краєзнавчої літератури).
- Навчального центру (створює та бере участь в проєктах для популяризації нових можливостей і знань).
- Інформаційного хабу (пропагує відкритий доступ до інформації, надає інформаційні довідки).

В установі діє відділ краєзнавства, що популяризує місцевих авторів, проводить зустрічі із науковцями, що вивчали край. Створено також сайт «Історична Волинь», «Революція гідності. Війна. Рівненщина», «Цифрові колекції відомих людей Рівненщини», сформовані працівниками бібліотеки для збереження культурно-мистецької спадщини краю та її оприлюднення, надання доступу і вивчення.

Створено краєзнавчу експозицію «Рівненщина літературна». Проєкт підтриманий Рівненським обласним відділенням УБА в межах конкурсу проєктів бібліотечних ініціатив. Бібліотечні працівники проводять екскурсії для груп відвідувачів по усій експозиції чи за окремим розділом. У 2016 році було розроблено на замовлення управління культури і туризму облдержадміністрації

сайт «Рівненщина туристична», що розкриває туристичну інфраструктуру і надає корисну інформацію для туристів.

Однією з найпопулярніших послуг бібліотеки є проведення пішохідних екскурсій в межах діяльності проєкту «Живе краєзнавство»: екскурсії найстарішими вулицями міста та міським парком; вуличні екскурсії сакральними спорудами. На яких бібліотекарі знайомлять бажаючих з історією міста та окремими вулицями.

Відділ документів з гуманітарних наук спрямовує свою діяльність на патріотичному вихованні. Проводяться тематичні заходи і вечори пам'яті до визначних і пам'ятних дат в історії України.

У межах основних напрямів діяльності бібліотеки реалізовані проєкти: «Школа цифрової грамотності для дорослих», яким передбачено створення сучасних умов для комп'ютерних курсів.

Був реалізований та підтриманий РОВ УБА «Літній фото-інтенсив» для бібліотекарів – спільний проєкт обласної бібліотеки та Школи фотографії Олександра Харвата. Бібліотекарі області отримали компетенції для здійснення фоторепортажів для реклами бібліотечної діяльності та привернення уваги клієнтів до читання послуг бібліотек, набуття партнерств [73].

Було ініційовано чимало заходів для активних молодних людей. Майстер-класи та тренінги з особистісного та професійного зростання від психологів у межах проєкту «Трансформація 3D: Думай. Дій. Досягай». Діяв Клуб підлітків – любителів анімації «JunketsuRV», у якому щосуботи збиралися 50 учасників.

Для користувачів публічних бібліотек області організовувалися відеоконференції циклу «Реформи в державі: роз'яснення фахівця», за участі провідних спеціалістів органів управління та працівників, що було корисно для саморозвитку бібліотекарів та користувачів бібліотек. Розкривались такі теми, як: «Запобігання домашньому насильству», «Дійсність договорів по мікрокредитах, укладених через мережу», «Юридичні аспекти діяльності ОСББ», «Оренда землі»,

«Спадщина: особливості оподаткування» та ін. На цих заходах були присутні більше як 5000 осіб [73].

Із персоналом бібліотеки проводилася системна робота, спрямована на розвиток інноваційних послуг, підвищення персональної інформаційної культури і культури клієнтів, використання мультимедійних технологій, розвиток мережевої взаємодії, робота у соціальних мережах, запис та редагування аудіокниг, аудіоподкастів у програмі Audacity, медіаграмотність (у бібліотеці з'явилася послуга із курсів по медіаграмотності), створення мультимедійної презентації.

Відділ соціокультурної діяльності займається із такими користувачами бібліотеки, як: пенсіонери, інваліди, діти з малозабезпечених сімей, безпритульні, ВПО, студенти відповідних спеціальностей. За фінансової підтримки ОДА було реалізовано проєкт Рівненської ОУНБ «Бібліотека – інклюзивний простір для молоді», що об'єднав інтереси молодих осіб з інвалідністю та студентів, майбутніх логопедів, організували корисне й змістовне дозвілля [73].

Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека є установою, що пропагує Сталий розвиток суспільства та виконує поставлені цілі, задля покращення стану життя населення області. У бібліотеці була проведена науково-практична конференція «Роль бібліотек в реалізації Цілей сталого розвитку 2016 – 2030», яка залучила професіоналів для обговорення ролі бібліотек у сучасних громадах.

Інтерес викликала тема «Бібліотека як центр для розвитку неформальної освіти». Особливого поширення в бібліотеках набули освітні програми: цифрова грамотність, мовно-лінгвістичні, культурно-мистецькі, здоров'язбережувальні, еко-виховні, особистісно-розвиваючі та ін.

На базі відділу іноземними мовами проводять курси з вивчення: німецької для дітей, розмовної англійської, англійської для медичних працівників. Користувачів установи відвідують відділ для того щоб скористатися послугами STEM-лабораторії, познайомитися із інноваційними послугами, що надає відділ.

Відділ мистецтва є виставковою зоною, що знайомить користувачів установи та жителів міста із роботами талановитих жителів громади. Проводить майстер-класи із живопису, залучаючи до їх відомих митців міста і області. Також проводяться заняття гри на фортепіано, щонеділі відбуваються майстер-класи з аргентинського танцю, до цих занять можуть долучатися всі бажаючі.

Наприкінці 2019 року укладено та подано на розгляд обласної ради Програму розвитку КЗ «Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека» РОР на 2021-2022 роки», що базується на Стратегії розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року «Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України» та «Програмі розвитку культури Рівненської області на період до 2022 року (Рішення № 859 від 16 березня 2018 р.).

У 2020 році бібліотеку відвідав Всеукраїнський проєкт «Сильні духом. Мами». Героїні світлин – мами загиблих воїнів.

Від початку повномасштабної війни бібліотека взяла на себе роль інформаційного хабу. У стінах книгозбірні з'явилися нові послуги на підтримку місцевому населенню та ВПО:

- Психологічна допомога під час війни з практикуючим психологом Оксаною Чигир.
- Клуб вивчення української мови.
- Безкоштовне вивчення математики для дітей шкільного віку (категорія 13-16 років).
- Проєкт «Рівне очима рідних незнайомців».

Бібліотечна установа змінила свої пріоритети та стала інституцією з надання інформаційних консультацій. Головним аспектом роботи в часи військової агресії є підтримка населення, створення простору для задоволення інформаційних потреб, популяризація українських авторів та знайомство вимушено переселених осіб з краєзнавчою літературою та місцевими авторами. Рівненська обласна наукова бібліотека своєю діяльністю охоплює всі аспекти життя громади.

На основі конкурентного аналізу та зважаючи на зібрану інформацію можна здійснити методику розгляду бібліотеки з бібліотеками – лідерами. Метою даної роботи є порівняти діяльність РОУНБ з іншими бібліотеками обласного рівня та визначення сильних сторін її діяльності.

Найбільш знаними та кращими в Україні (в інформаційному просторі) у своїй роботі (за оцінку діяльності взято залученість читачів до роботи в бібліотеці, висвітлення діяльності установи ЗМІ, розвиток офіційних сайтів) виділяються саме такі бібліотечні установи обласного рівня. Кращі бібліотечні установи визначалися методом аналізу офіційних сайтів, таким чином, було відібрано такі бібліотеки обласного рівня, як:

Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека є представником бібліотечних установ, що має високий рейтинг у мешканців територіальних громад Вінниччини й користується авторитетом не лише в регіоні, але є однією з найкращих обласних книгозбірень України.

Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека є представником бібліотечних установ, що має довіру серед населення та є найкрупнішим сховищем творів друку на півдні України.

Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека імені Івана Котляревського є представником бібліотеки, що за своєю історією заснування схожа до РОУНБ, адже як і фонди Рівненської обласної наукової бібліотеки теж складали примірники документів дворянської бібліотеки. Сьогодні Полтавська бібліотека є головною установою Полтавської області.

Конкурентноспроможність РОУНБ не можлива без розуміння своїх слабких та сильних сторін. Для цього потрібно зробити порівняння можливостей кращих представників бібліотечних установ обласного рівня, дати оцінку діяльності кожної з них та виокремити конкурентні можливості Рівненської ОУНБ в Україні.

Аналіз роботи бібліотечних установ здійснюється за такими факторами:

1. Залученість читачів до роботи в бібліотеці.

2. Висвітлення діяльності установи ЗМІ.
3. Розвиток соціальних мереж (офіційні сайти установ).

Залученість читачів до роботи в бібліотеці. Проаналізувавши роботу установ та її щомісячне наповнення масовими заходами, можна сказати, що установа велику роль приділяє масовності та залученню читачів до роботи в бібліотеці. Цей фактор є важливим та стосується всіх чотирьох бібліотечних установ. Проте кожна із них має свій унікальний нахил роботи.

Вінницька ОУНБ спеціалізується на обслуговуванні людей з інвалідністю, в установі діє центр Центр «INVA-INFORM»; співпрацюють з Вінницьким обласним центром соціально-психологічної реабілітації дітей та молоді з функціональними обмеженнями «обрій»; одним із напрямів також є екологічне просвітництво, у відділі документів з гуманітарних, технічних та природничих наук створено екологічний клуб «День X»; на базі сектору аграрних наук діє клуб «Садівник», що об'єднує аграріїв області; при відділі краєзнавства діє клуб «Дослідник краю», мета якого:

- вивчення історії краю та сучасного соціального, економічного, культурного, літературного життя області;
- обмін досвідом краєзнавців Вінниччини;
- розвиток краєзнавчих досліджень;
- популяризація краєзнавчих знань серед широкого кола громадськості [70].

У відділі художньої культури та мистецтв діє творчий проект «Живи, мистецтво, у руках майстрів», де протягом року відбувається цикл заходів «Кроки назустріч мистецтву», які допоможуть:

- втілити ідеї творчого підходу до будь-якої справи;
- розкрити творчу особистість у кожній людині завдяки ознайомленню з різноманітними мистецькими напрямками;

- популяризувати декоративно-ужиткове мистецтво та творчий доробок майстрів Вінниччини;
- поєднати традиційну культуру спілкування з книгою та новими інтерактивними технологіями [70].

У бібліотеці є сектор правової інформації, головним завданням якого є – розширення можливостей вільного доступу громадян до правової інформації з використанням сучасних інформаційних технологій, перевагами яких є оперативність, актуальність та повнота наданої інформації [70].

Сектор «Регіональний тренінговий центр», головними напрямками діяльності є:

- проведення тренінгів для бібліотечних працівників області з використання новітніх інформаційних технологій;
- проведення тренінгів для користувачів бібліотеки з основ комп’ютерної грамотності (основи роботи на ПК, пошук інформації в мережі Інтернет, користування онлайн-сервісами, створення електронної скриньки, блогів тощо);
- надання користувачам бібліотеки доступу до інформаційних джерел мережі Інтернет з метою задоволення їхніх інформаційних, освітніх, культурних, дозвілєвих та інших потреб [70].

Вінницька ОУНБ є бібліотекою з надзвичайним списком послуг, що зможе задовільнити потреби читачів. Ця установа, є прикладом наслідування та головним конкурентом РОУНБ.

Миколаївська ОУНБ у своїй діяльності має такі напрями роботи:

- участь у формуванні регіональної бібліотечної політики, науково-методичне керівництво бібліотеками області;
- організація роботи колегіальних органів управління бібліотечною справою області: об’єднаної науково - методичної Ради обласних бібліотек для

дорослих, дітей та юнацтва при управлінні культури, національностей та релігій облдержадміністрації;

- забезпечення вільного доступу до інформації через фонди бібліотеки та глобальну мережу Інтернет, організація бібліотечно-бібліографічного та інформаційного обслуговування;

- науково-дослідна діяльність щодо вивчення документів XVII-XXI ст., в тому числі краєзнавчого напрямку;

- технічне та методичне забезпечення функціонування регіональної бібліотечної комп'ютерної мережі, зведеного корпоративного каталогу бібліотек;

- запровадження новітніх комп'ютерних технологій у практику роботи бібліотек області;

- здійснення культурно-просвітницької, освітньої і видавничої діяльності;

- реалізація інформаційно-бібліотечних проектів і програм;

- вивчення та розповсюдження інноваційного досвіду роботи бібліотек, організація безперервної професійної освіти бібліотечних кадрів області;

- взаємодія з регіональними, всеукраїнськими, міжнародними організаціями та фондами у галузі бібліотечної справи [71].

Полтавська ОУНБ ім. Івана Котляревського має такі головні проекти та нахили роботи як: співпраця із Цетром безоплатної правової допомоги; проєкт «Вікно в Америку»; ресурси бібліотеки у боротьбі із корупцією; регіональний тренінговий центр, що виконує такі завдання як:

- сприяти розвитку регіональної бібліотечної інфраструктури шляхом підвищення кваліфікації працівників бібліотек області [72];

- організація та проведення тренінгів для бібліотекарів з метою впровадження у бібліотечній сфері новітніх підходів та послуг;

- надання допомоги бібліотечним працівникам у створенні ресурсів, які відповідатимуть потребам усіх членів місцевої громади;
- навчання різних груп користувачів та впровадження для населення нових послуг з використанням вільного доступу до Інтернету [72].

Головним аспектом роботи Рівненської ОУНБ є: робота із людьми з інвалідністю; пропаганда краєзнавчої літератури та залучення науковці-краєзнавців, проведення лекцій; організація роботи із студентами Луганського державного медичного університету; зустрічі із письменниками Рівненщини; проведення тематичних заходів патріотичного спрямування.

Можна зробити висновок, що кожна із установ має своє власне бачення роботи та власний напрям розвитку. Кожна із бібліотек має унікальність у проведенні масових заходів та залучення читачів. Проте Рівненська ОУНБ дещо відрізняється та є на крок попереду, адже у своїй діяльності намагається засвоїти все нові напрями роботи.

Висвітлення діяльності установи ЗМІ. Засоби масової інформації є тим каналом реклами та пропагування інформаційних послуг. Важливо мати змогу залучити ЗМІ до роботи в установі та висвітленні всіх подій.

Статистику публікацій про бібліотеки засобами масової інформації можна простежити за допомогою таблиці номер 2.3.

Таблиця номер 2.3

«Публікації ЗМІ про бібліотечні установи (дані за 2021р.)»

Установи	РОУНБ	ВОУНБ	МОУНБ	ПОУНБ ім. Івана Котляревського
К-сть публікацій	43	132	16	146
К-сть відеорепортажів	27	6	28	41

Згідно поданій таблиці можна зробити такі висновки: за кількістю публікацій у ЗМІ найбільше висвітлюють діяльність Полтавської ОУНБ – 146 публ., Вінницької ОУНБ – 132 публ., Рівненської ОУНБ – 43 публ., Миколаївської ОУНБ – 16 публікацій. За кількістю відеорепортажів найбільше висвітленою у ЗМІ є Полтавська ОУНБ – 41 репортаж, Миколаївська ОУНБ – 28 репортажів, Рівненська ОУНБ – 27 репортажів та Вінницька ОУНБ – 6 репортажів. За всіма показниками ЗМІ найкраще висвітлюється саме Полтавська ОУНБ.

Розвиток соціальних мереж. Соціальні мережі сьогодні відіграють важливу роль в залученні та висвітлюванні діяльності установи. Рівненська ОУНБ має в своєму асортименті такі інструменти рекламної діяльності як: офіційний сайт (Додаток САЙТ), інстаграм сторінка, фейсбук сторінка, ютуб канал та телеграм-канал для поширення інформації про майбутні заходи та звітність про те, що відбувається в установі.

Роблячи аналіз соціальних мереж та інших методів промоції своїх послуг установи мають досить помітну різницю у веденні своїх сторінок (Рис. 2.2).

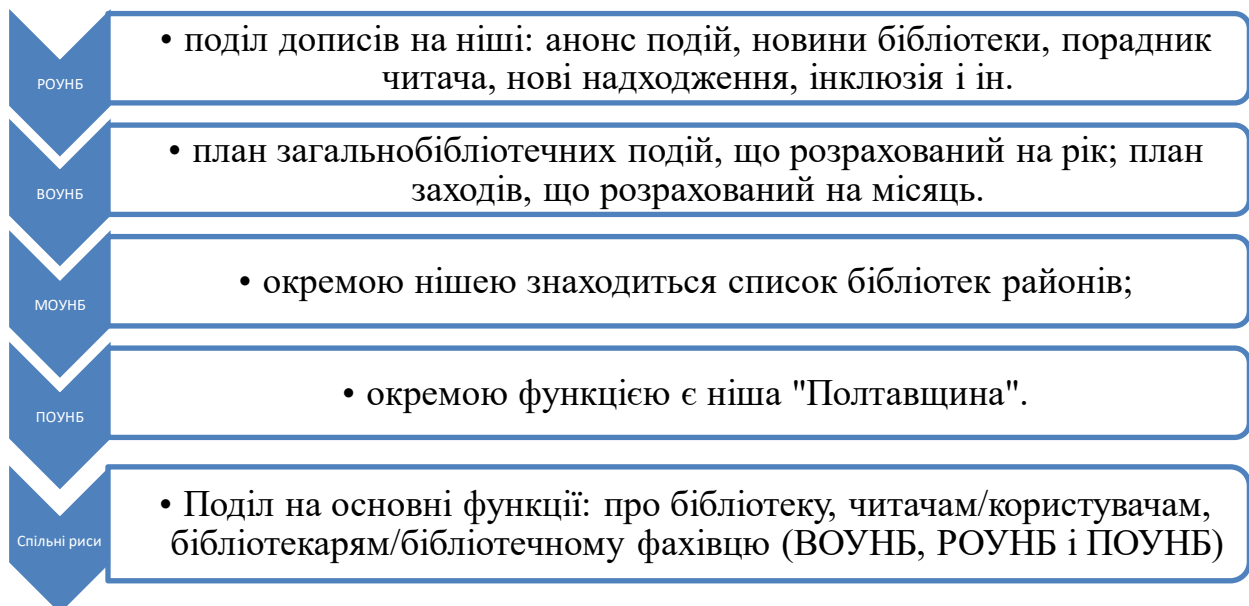


Рис. 2.2 «Розвиток соціальних мереж установ»

(складено за: [70; 71; 72; 73])

На сайті Вінницької ОУНБ немає інформації про заходи, що вже відбулися. На противагу цьому сайт РОУНБ у своїй структурі має звітність про кожен захід та подію. Окремою різницею у веденні та наповненні сайтів також є те, що на сайті РОУНБ є такі ніші як: довідка про культурне життя Рівненщини, сайт «Рівне та рівняни у фотографіях», сайт «Революція гідності. Війна. Рівненщина».

Сайт Вінницької ОУНБ має хороше наповнення, інформацію про кожен структурний підрозділ, чого не має на сайті РОУНБ. Також є плани загальнобібліотечних заходів, що розраховані на рік, чого також не має на сайті РОУНБ.

Головною відзнакою сайту Миколаївської ОУНБ є інформація про районні бібліотеки області, послуга інформаційний кіоск, ніша медіа/інтерактив. Миколаївська ОУНБ на своєму сайті має звіти після кожного проведеного заходу, що є спільний у поданні інформації з сайтом РОУНБ.

Рівненська ОУНБ у своїй рекламній роботі, популяризація своїх послуг використовує різні канали інформації. Соціальні мережі для установи є інструментом, що допомагає розвиватися та залучати до користування її послугами молодь.

РОУНБ, зважаючи на проведені дослідження, могла б запровадити такі послуги як: створення мистецького майданчику, запровадження заходів сільсько-господарського спрямування, що є дійсно корисними у даний час.

Проаналізувавши інформацію про бібліотек лідерів та діяльність Рівненської ОУНБ можна зробити висновок, що вона у своїй діяльності дещо має пережитки минулого та досі не може покинути застарілі методи обслуговування, надання послуг. Бути причиною цьому може велика кількість працівників пенсійного віку, яким досить важко інтегруватися у новітнє середовище. Проте бібліотечна установа розвивається та залучає до своїх заходів все більшу кількість користувачів. Рівненська ОУНБ надає великого значення якості продуктів і послуг

установи, вводить нові інноваційні продукти, створює простір для кращого обслуговування та проведення дозвілля.

Висновки до 2 розділу

Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека з початку створення була установою, що спиралася насамперед на якість обслуговування та задоволення потреб користувачів. У своїй діяльності виконувала багато завдань, створювала інформаційні продукти, що не мають аналогів у вітчизняних бібліотечних установах.

Велику роль у створенні позитивного іміджу установи відіграє участь бібліотеки у проєктній діяльності. Саме завдяки ній створено багато навчальних програм та інформаційних послуг, організовано вільні простори для користувачів.

Історично склалося, що бібліотека працювала у різних напрямках, переїжджала і закривалася не обслуговуючи зовсім. Такий час був, коли увесь світ вразив вірус COVID-19. На заміну старим методам обслуговування прийшли нові, що не наражали людей на небезпеку. Тоді стали популярні онлайн-лекторії, обговорення книг. Бібліотечні працівники вносять нові інноваційні ідеї і послуги під події, що відбуваються у світі.

Бібліотека активно співпрацює з іноземними колегами через проєкт «Вікно в Америки», співпрацю з Гете інститутом. В установі проводилося чимало конференцій, круглих столів, лекцій, що покликані на вдосконалення бібліотечних послуг, обміні досвіду між установами країни та іноземними колегами.

Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека є установою, що популяризує місцевих авторів, знайомить жителів громади з їхніми працями. Головною місією установи є: гарантія рівноправного доступу до інформації.

Прцівники бібліотеки у своїй роботі пропагують саме можливість відкрити нові можливості для отримання інформації.

Установа в своїй діяльності залишила доволі багато продуктів і послуг. Що були започатковані ще на початку її заснування. Змінилися хіба-що назви та методика організації, проте перевірені роками продукти і послуги є досить популярними і сьогодні. З кожним роком вносять інноваційні методики обслуговування, запроваджуються нові послуги: сьогодні дуже популярною послугою є обговорення книг, що є екранізованими.

В часи повномаштабного військового вторгнення бібліотека не стоїть осторонь та стала інформаційним хабом, що задовольняє потреби ВПО, розробляє програми для їхньої адаптації в сучасних умовах, створює нові послуги для розвитку населення, наприклад, курси української мови, курси математики для дітей 13 – 16 років.

Рівненська ОУНБ має сильні та слабкі сторони, слабкі сторони перш за все проявляються у недостатній кількості новітніх технологій та застарілості ремонту, це все впливає на те, що молодь не має великого бажання тривалий час перебувати в стінах установи, проте сильні сторони мають перевагу насамперед у якості обслуговування користувачів та якості тих самих продуктів і послуг, що надаються. Вирізняючи ці всі риси, можна проаналізувати які можливості має установа, яка опікується всіма сферами життя громади.

Отже, можна зробити висновок, що установа може конкурувати на інформаційному ринку та бути бібліотекою-лідером, що своєю діяльністю ставить за мету задоволення всіх читацьких потреб та створення простору для всебічного розвитку громади.

РОЗДІЛ 3

ДІЯЛЬНІСТЬ РОУНБ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВПРОВАДЖЕННЯ ДОСВІДУ ІНОЗЕМНИХ БІБЛІОТЕК

Рівненська ОУНБ в своїй діяльності має зв'язки із міжнародними інституціями та установами. Установа, за час свого існування брала участь у проектній діяльності, донорами яких були міжнародні організації.

У межах даного дослідження вивчається досвід РОУНБ у проектній діяльності на основі іноземного досвіду та аналіз установи з іноземними бібліотченими установами. В межах даної проблеми було вибрано декілька іноземних бібліотек. Критеріями відбору іноземних установ є: схожість установ із РОУНБ, можливість РОУНБ впровадити їх продукти та послуги.

Відділ документів літератури іноземними мовами є представником передових можливостей із досвіду іноземних бібліотек світу. Іноземним проектом, що був реалізований у бібліотеці є «Вікно в Америку» за підтримки Посольства США в Україні. В межах проекту було отримано електронні читанки з під'єднанням до БД «Амазон» та айпеди для використання читачами. На окремому ПК встановлено програму для самостійного вивчення англійської мови «Розетта Стоун». Був максимально повно укомплектований фонд з вивчення англійської мови, американської демократії, звичаїв та способів життя у США. У проекті «Вікно в Америку» розпочав роботу «English club» на чолі з волонтерами Корпусу Миру, які вели гуртки з вивчення англійської мови, організовували дозвілля та передавали знання про Сполученні Штати Америки: культуру, освіту, економіку, історію, визначні політичні події. У відділі впроваджувалися нові технології роботи з електронними документами, використання новітніх електронних пристроїв, програм і форм роботи з відвідувачами.

Інформаційний ресурс центру «Вікно в Америку» формувався CD-дисками з різноманітною інформацією. Це поклало початок комплектуванню фонду

бібліотеки на нових електронних носіях. У бібліотеці було надано можливість перекладу і використання інформації з CD. Сьогодні у кожній із галузевих читальних зал представлено даний вид документів. Також при відділі діяв «Ресурсний центр для викладачів англійської мови», як багатоцільовий педагогічний центр, де проводяться семінари, конференції, тренінги з питань викладання англійської мови. На базі центру проводяться презентації різних освітніх програм, які підтримуються урядом США. Центром послуговуються вчителі, які проходять підвищення кваліфікації в обласному центрі, та студенти-філологи.

У відділі обслуговування документами іноземними мовами, за підтримки посольства США в Україні та адміністрації РОВ УБА також була впроваджена програма «Академічна доброчесність», що ознайомила 700 громадян міста з поняттями плагіату, авторського права, інтелектуальної власності і роллю бібліотек в цих процесах. Було проведено 17 семінарів як для студентів, школярів і бібліотекарів, так і для усіх бажаючих [73].

Працівниками правоохоронних органів було запропоновано програму «Вивчення англійської мови патрульною поліцією». Протягом півріччя у 2018 році 37 працівників вивчили мову і отримали Сертифікат.

У 2021 році в бібліотеці з'явилася нова ініціатива, а саме «Англійська для медиків». Програма розпочала діяти в кінці літа 2021 року. З початком повномаштабної війни програма припинила діяти, але восени програма знову розпочала діяти.

Також бібліотека має тісні зв'язки із Гете-інститутом. Відбувається заняття німецької мови для дітей. Формат занять є досить цікавим, адже використовується настільний театр «Kamishibai», що за допомогою картинок з різними історіями допомагає у вивченні німецької мови дітям.

Разом з тим у бібліотеці є STEM-лабораторія, що має в своїй колекції: навчальний робот STEM-конструктор Makeblock mBot v1.1, високотехнологічний

робот-шар Mini Sphero, набір для дитячої творчості Makey Makey, ігрова система Play Osmo, яка призначена для гри на iPad, через неї користувачі можуть поєднувати реальну гру з електронною і опановувати англійську лексику, швейна машина Minerva Next 141D. На запити відвідувачів було придбано добірку пазлів та головоломок. Загалом у STEM-лабораторії відбулося 29 заходів, які відвідали 500 людей. Заходи мали прикладний характер: «Вивчаємо німецьку граючись: німецькомовні ігри Spachmemo, KettenCragen, Bilber Bingo, «Пізнавальне читання в 3D-форматі», «Від простого до складного з швейною машинкою», «Ігрова кімната для юних ерудитів». Всі придбання здійснені у межах проєкту «Вікно в Америку» [73].

Рівненська ОУНБ є досить розвинутою бібліотекою, з кожним роком впроваджуючи все нові послуги у свою діяльність. Задля подальшого її розвитку та можливості конкурувати на ринку інформаційних послуг потрібно і надалі дотримуватися курсу на іноземних колег та впроваджувати дедалі цікавіші та корисні послуги, що зможуть задовольнити послуги користувачів різних вікових категорій.

Такими послугами, що зможуть покращити діяльність установи можна взяти із діяльності іноземних бібліотечних установ. Є декілька прикладів іноземних бібліотек, послуги яких можна перенести на діяльність Рівненської обласної наукової бібліотеки.

Британська бібліотека (British Library) – національна бібліотека Великої Британії, що є однією з найбільших бібліотек світу, що у своїй діяльності має напрям надання Бізнес-освіти. В її послугах можна знайти безліч програм навчання бізнесу: воркшопи, вебінари, зустрічі із бізнесменами. Також діє крамниця, що має великий асортимент (їжа, прикраси, сувеніри), що стосуються бібліотеки, історії, героям із книг [74].

Рівненська ОУНБ також може у своїй діяльності запровадити таку послугу. Завдяки співпраці з вищими навчальними закладами області можуть бути

організовані: лекції, дні науки, Тиждень «Бізнес освіти» та ін. заходи спрямовані на залученні жителів міста до навчання теорії та практики бізнесу.

Крамниця, як окремий сектор може діяти при відділі абонементу, що має у своїй діяльності послугу «Кімната сімейного читання», де що-четверга та неділі відбуваються різні майстер-класи та навчання художньому мистецтву серед дітей. Дитячі роботи можуть продаватися. З часом в межах популяризації крамниці можна запрошувати різних майстрів для проведення навчань зі створення того чи іншого предмету.

Ще одним прикладом популяризації бібліотеки та залученню читачів до бібліотеки є проведення тижня меншинств як це робить одна із бібліотек Північної Америки. Ця ініціатива не просто залучить користувачів, а й посилить вплив установи в суспільстві та дозволить підтримати і підвищити імідж бібліотеки, як соціального інституту.

Сьогодні важливо розуміти хто ти є, разом з тим важлива є підтримка соціально-незахищених верств населення, представником бібліотеки, що має таку ініціативу є РОУНБ. В межах цієї проблеми може виступати створення акції «Зігрій незахищеного», що у своїй меті має залучити населення до роботи із незахищеними верствами громади.

Королівська бібліотека Нідерландів має цікаву ініціативу, що називається SMILES і це означає «інноваційні методи медіа та інформаційної освіти за участю шкіл і бібліотек». Це проект медіаграмотності, який допомагає молоді боротися з фейковими новинами [76].

Невміння розрізняти фейки від правдивої інформації – це одна із головних проблем сучасності. Сьогодні важливо вміти уважно слухати та знати де правда, а де пропаганда і фейк. Задля цього важливо і в Рівненській ОУНБ створити простір медіаграмотності, що може діяти на базі соціокультурного відділу. Ця ініціатива залучить до бібліотеки учнів шкіл та студентів.

Бібліотека De Krook має в своїй діяльності майстерню ремесел, де можна розробити дизайн листівки до дня народження, персоналізувати свою коробку для бутербродів, зробити шпильку або створити проект за допомогою 3D-принтера, лазерного різача чи головного друку. Супервайзер допомагає відвідувачам працювати з машинами та програмним забезпеченням [75].

Ця ініціатива може бути реалізована в Рівненській ОУНБ на базі відділу документів іноземними мовами та сектору документів з економічних, технічних та природничих наук. Це об'єднання секторів зумовлене тим, що у відділі документів іноземними мовами є STEM – лабораторія, а у секторі документів з економічних, технічних та природничих наук є відповідна навчальна література та працівники, що зможуть задовільнити потреби користувачів.

Бібліотека De Krook [75] в своїй діяльності також має ще один приклад ініціативи, що може бути реалізована у Рівненській обласній універсальній науковій бібліотеці – Дігіпункт. Це програма, яка має на меті створення інформаційного ІТ-пункту. Ця послуга розрахована на всі верстви населення і буде виконувати такі завдання:

- Робота в бібліотеці зі своїм ноутбуком, планшетом чи смартфоном з використанням мережі Інтернет установи.
- Можливість користуватися бібліотечними комп'ютерами.
- Консультації програміста, що вислухає ваші запитання, знайде відповідь або рішення.
- Навчання мови програмування кваліфікаційним працівником установи.

Ця ініціатива допоможе залучити до користування бібліотекою інфлюенсерів, молоді, тих, хто бажає навчитися програмуванню та комп'ютерній грамотності.

Рівненська ОУНБ у своїй діяльності може виконувати різні поставлені завдання, впроваджувати у свою організацію досвід іноземних колег, для цього

установа має відповідні можливості та компетентних працівників. Сьогодні бібліотека у своєму арсеналі має вдосталь послуг, що дозволяють їй конкурувати на інформаційному ринку та бути бібліотекою-лідером серед бібліотечних установ України.

Висновки до розділу 3

Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека має колосальний досвід роботи із іноземними інституціями. Установа в своїй діяльності спирається на кращі зразки бібліотечного обслуговування світу та щоразу покращує продукти і послуги, що надаються. Бібліотека у своїй роботі впроваджує кращі інновації, застосовує на практиці проекти, що проводить разом із іноземними колегами.

Відділ документів з іноземних мов проводить тематичні заходи із залученням компютерних технологій, створює простір для вивчення та покращення іноземних мов, таких як англійська та німецька.

Саме на базі відділу документів з іноземних мов утворилися тісні зв'язки, а пізніше і партнерські відносини із такими організаціями як: посольство США в Україні, генеральне консульство Республіки Польща в м. Луцьк, німецький культурний центр «Гете-Інститут» в Україні, Воєводська публічна бібліотека м. Ольштин.

Спираючись на проведені дослідження та аналізу бібліотечних установ світу та на можливості РОУНБ можна зробити висновок, що велика кількість проектів, що створюють іноземні установи вже є впроваджена тут, проте є інноваційні продукти та послуги, що можуть бути впроваджені в Україні, та насамперед у РОУНБ. Ці інновації зможуть привабити до бібліотеки ще більшу кількість користувачів та нададуть можливість стати однією з кращих бібліотечних установ країни.

Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека спираючись на власний досвід, як методичний центр допомагає іншим установам громади розширатися і створювати нові інноваційні продукти. Завдяки тій самій проєктній діяльності, що курує РОУНБ та РОВ УБА можливі колосальні зміни у цілій бібліотечній системі не тільки міста чи області, а й країни. Саме завдяки впровадженню нових інноваційних технологій та послуг, що може отримувати установа під час аналізу іноземних бібліотечних установ.

Сьогодні, в еру цифрових технологій потрібно завжди бути в тренді та не боятися впроваджувати щось нове та незнане, проте не потрібно забувати про те чи є можливості у самій установі виконати поставлене завдання. Рівненська ОУНБ має великі ресурси для створення різних новітніх інформаційних продуктів та є саме тією установою, що задає планку на інформаційному ринку продуктів і послуг.

ВИСНОВКИ

- визначити стан вивчення концепції «бенчмаркінг» в науковій літературі;

1) У результаті дослідження з'ясували, що явище «бенчмаркінг» зародилося ще у 1972 р.

2) Багато вітчизняних та іноземних науковців у своїх працях досліджували бенчмаркінг. Головними дослідниками, які займалися вивченням концепції бенчмаркінг є: Д. Аакер, Н. Воєводина, І. Данілова, Д. Маслова, Р. Рейдер та ін.

3) Бенчмаркінг здебільшого розглядається як метод, що використовується саме в економіці.

- ознайомитися із сутністю поняття «бенчмаркінг» в науковій літературі та його видами;

1) Поняття «бенчмаркінг» має дуже багато варіацій. Основими критеріями за якими вирізняються розуміння поняття є: як пошук; як процес; як діяльність; як метод, інструмент, спосіб.

2) Бенчмарінг поділяється на види за такими критеріями: за рівнем впливу: глобальний, міжнародний, регіональний бенчмаркінг; за рівнем доступу до інформації: внутрішній, зовнішній; за функціональним призначенням: іміджевий, конкурентний, бенчмаркінг процесу, історичний; за типовим характером установи: бібліотечний, асоціативний, загальний, функціональний.

- ознайомитися із особливостями концепції «бібліотечний бенчмаркінг»;

1) У результаті дослідження з'ясували, що бібліотечний бенчмаркінг є тим інструментом, завдяки якому можна виявити всі можливості для створення конкурентного напрямку розвитку установи, здійснити оцінку діяльності та надати бібліотекам інформацію для вирішення покладених на установу проблем.

2) У проєкції на бібліотечну галузь, бенчмаркінг – це системний пошук еталона, навчання на кращих прикладах діяльності бібліотек як соціально-інформаційних центрів, незалежно від їх спеціалізації, сфери функціонування і

географічного розташування, адаптація отриманого досвіду до своєї специфіки і його застосування.

3) Бібліотечний бенчмаркінг є тим інструментом, що забезпечує конкурентоспроможність бібліотечних установ, допомагає провести дослідження завдяки якому і складається план за яким установа може конкурувати на ринку інформаційних продуктів і послуг. Конкурентоспроможність є дуже важливою на сьогодні, адже ринок зростає, а бібліотечні установи забуваються та стають минулим, якщо в них не вводити інноваційні продукти та послуги. Тому є важливим розглянути діяльність установ через явище «бенчмаркінг» та зробити аналіз продуктів та послуг, що надаються.

- запропонувати історичний бенчмаркінг для аналізу діяльності РОУНБ;

1) Під час історичного аналізу діяльності РОУНБ було виявлено, що установа в своїй роботі володіє багатьма методами роботи та послуг, що були запроваджені ще в перші роки діяльності РОУНБ і завдяки їм сьогодні бібліотеку відвідує багато користувачів та користується її послугами. Такими послугами, що залучали й залучають сьогодні користувачів є насамперед: тематичні заходи, обговорення книг, краєзнавчо-дослідницька робота, що залучає до установи науковців та студентів з місцевих вузів.

2) Історично закладено так, що бібліотека за своє існування виконувала різні завдання. Змінювала напрямки своєї діяльності згідно політичних умов, ситуації в громаді, розвитку населення, зміни їх запитів. Установа є консультаційним та методичним центром, що реалізовує проекти, надає підтримку районним бібліотекам, бібліотечним установам сіл та селищ.

3) Згідно зробленого дослідження, можна зробити висновок, що установа має можливість розвиватися та пропагувати власні цінності, залучати до своєї діяльності населення, створювати проекти, послуги, що допоможуть у вирішенні глобальних проблем.

4) РОУНБ є установою з власною історією та характером функціонування.

Бібліотека з початку заснування стала інформаційним та культурним прихистком для різних категорій населення, що ніяк не змінилося по цей час. Сьогодні установа виконує багато ролей, та головним завдання є задоволення всіх потреб користувачів залежно від їхніх потреб. Рівненська ОУНБ не зупиняє свою роботу ні при вірусі COVID-19, ні попри військове вторгнення Росії на Україну. Вона змінює напрямки роботи та стає прихистком для жителів громади, ВПО.

- оцінити сильні та слабкі сторони РОУНБ за допомогою SWOT-аналізу;

1) В межах дослідження, за допомогою SWOT-аналізу було проаналізовано сильні та слабкі сторони РОУНБ. Під час аналізу вияснили, що слабкими сторонами виступають насамперед

2) Рівненська ОУНБ – є важливим культурним та інформаційним центром, що надає безліч послуг та продуктів. Діяльність установи передусім зумовлена на покращення життя громади, розвитку суспільства та створення умов, що сприяють уникненню та розв’язуванню проблем.

3) Установа працює для людей. Обслуговування здійснюється високо кваліфікаційними працівниками з бібліотечною освітою. Установа обслуговує громадян різних вікових категорій та соціального статусу.

4) Сильними сторона установи є насамперед те, що вона приміром якості та різноманіття бібліотечних продуктів та послуг. Займає високий щабель на ринку інформаційних продуктів та послуг та є установою на яку орієнтується.

5) Явище «бенчмаркінг», завдяки якому проводився аналіз сильних та слабких сторін, а також моливостей і загроз допоможе установі стати ще кращою та зкорегувати слабкості. Так як бенчмаркінг є явищем тривалим, то його впровадження в устанovu не матиме кінця, а отже, бібліотечна установа розвиватиметься та ставатиме кращою серед бібліотечних установ України. Такий висновок можна зробити саме насамперед тій роботі, що проводила установа колись, та тій, що виконує зараз.

- охарактеризувати роботу установи через впровадження іноземного досвіду;

1) Спираючись на проведене дослідження та аналізу бібліотечних проєктів, що були реалізовані на базі РОУНБ, на можливості бібліотеки можна зробити висновок, що діяльність установи має широке коло поширення завдяки залученню саме іноземних донорів. Велика кількість проєктів, що створюють іноземні установи вже є впроваджена тут, проте є інноваційні продукти та послуги, що можуть бути впроваджені в Україні, та насамперед у РОУНБ. Ці інновації зможуть привабити до бібліотеки ще більшу кількість користувачів та нададуть можливість стати однією з кращих бібліотечних установ країни.

2) У результаті дослідження з'ясували, що РОУНБ є чому навчитися та взяти із досвіду іноземних бібліотечних установ. Такими проєктами, що допоможуть у розвитку установи є створення бізнес-майданчику, що має на меті залучити інфлюенсерів та молодь, яка хоче розширити власні можливості.

3) РОУНБ має досить хороші партнерські зв'язки із такими іноземними установами як: посольство США в Україні, генеральне консульство Республіки Польща в м. Луцьк, німецький культурний центр «Гете-Інститут» в Україні, Воєводська публічна бібліотека м. Ольштин.

В загальному, можна зробити висновки, що бенчмаркінг є інструмент, явищем, концепцією, яка допомагає розвивати установи та підприємства. Сьогодні бенчмаркінг застосовується більше підприємствами, проте бібліотечний бенчмаркінг також має майбутнє та може використовуватися установами для покращення власних методик роботи, зокрема продуктів і послуг, що вони надають.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Б. Андерсен ; пер. с англ. ; науч. ред. Ю. П. Адлер. – Москва. : РИА «Стандарты и качество», 2003. – 272 с.
2. Арефьева Е. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности компании / Арефьева Е.В., Арефьев О.В. // Рынок капитала – Москва, 2000. – № 1 – 2.
3. Арнаут І. Дослідження підходів щодо дефініції конкурентоспроможності підприємства / П. Арнаут // Інноваційна економіка. – 2012. – № 3. – С. 111–114.
4. Багиев Г. Бенчмаркинг как функция маркетинговых исследований [Електронний ресурс] / Г. Л. Багиев, Е. Л. Богданова. - Режим доступа : <http://globalconsulting.com.ua> (дата звернення: 10.09.2022). – Назва з екрана.
5. Барабась Д. Технологія бенчмаркінгу як інструмент формування конкурентних переваг фірми / Д. О. Барабась // Мат-ли VIII міжнар. наук.-практ. конференції «Теорія і практика управління з погляду тисячоліть», 23–26 травня 2001 р. — Київ. – 2001. – С. 23.
6. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності компанії. Управление компанией. – 2000. – №1-2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/ct/ct003.html>. (дата звернення: 10.10.2022). Назва з екрана.
7. Бресин С. Практика бенчмаркінгу: Зарубіжні маркетингові дослідження. 2004. – № 1. – С. 7 – 10.
8. Бровкова, О. Бенчмаркінг як ефективний інструмент управління підприємством [Текст] / О.Г. Бровкова, О.І. Манакова // Веукраїнський науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки». – 2010. – № 3. – С. 243 – 247.

9. Брофи П. Оценка деятельности библиотек: принципы и методы / Питер Брофи ; пер. с англ. А. И. Земскова ; науч. ред. пер. Л. Я. Шрайберг. – Москва: Омега-Л, 2009. – С. 230 – 246.
10. Бруй О. Збалансована система показників як основа системи стратегічного управління у бібліотеках: теоретичні аспекти / О. М. Бруй // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 10. – С. 26 – 30.
11. Бруй О. Система стратегічного управління процесноорієнтованою бібліотекою / О. М. Бруй // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 1. – С. 14-17.
12. Брукхард В. Цикл ключових питань про бенчмаркінг: новаторське і компетентне створення цінності / В. Брукхард // Зарубіжні маркетингові дослідження. – 2005. – № 3. – С. 9 – 11.
13. Бублик М. Бенчмаркінг як спосіб одержання конкурентних переваг / М. Бублик, М. Хім'як, М. Лібер // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип.19.5. – С.136 – 139.
14. Ватсон Г. Практика бенчмаркінгу в Італії / Г.Х. Ватсон // Зарубіжні маркетингові дослідження. – 2005. – №6. – С. 19 – 22.
15. Вінницька ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва: нові грані розвитку (2007–2016): до 110-ї річниці з часу заснування : бібліогр. покажч. / Упр. культури і мистецтв Вінниц. облдержадмін., Вінниц. ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва ; уклад.: Г. М. Авраменко, О. Ю. Антонюк, Г. А. Біловус ; ред. С. В. Лавренюк ; відп. за вип. Н. І. Морозова. – Вінниця, 2017. – 288 с.
16. Воеводина Н. Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ: практическое пособие [Електронний ресурс] / Н. Воеводина, А. Кулагина, Е. Логинова. – Режим доступу: <http://fictionbook.ru/> (дата звернення: 08.08.2022). Назва з екрана.
17. Воронкова А. Концепція управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства / А. Воронкова // Економіст. – 2007. – №8. – С.14 – 17.

- 18.Герасимчук Л. Бенчмаркінг на підприємстві в умовах глобалізації / Л. Герасимчук, Л. Паньковська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 3. – Т.3 . – С. 99 – 103.
- 19.Гончарук А. Бенчмаркінг як метод управління ефективністю підприємства / А. Гончарук // Економіка: реалії часу. – Одеса : Одеський національний політехнічний університет. – 2007. – № 1(27). – С. 12 – 15.
- 20.Градов А. Экономическая стратегия фирмы / А. Градов. – СПб.: Спецлит, 2000. – 589 с.
- 21.Давидова І. Бібліотечне виробництво в інформаційному суспільстві : монографія / І. Давидова ; [наук. ред. В. О. Ільганаєва] ; М-во культури і мистецтв України, Харк. держ. акад. культури. – Харків: ХДАК, 2005. – 295 с.
- 22.Давидова І. Інноваційність в управлінні діяльністю документно-комунікаційних структур / І. Давидова // Вісн. Книж. палати. – 2009. – № 1. – С. 28 – 31.
- 23.Давидова І. Реінжиніринг як складова наукової організації праці в управлінні бібліотекою / І. Давидова // Вісн. Харк. держ. акад. культури: зб. наук. пр. – Харків: ХДАК, 2014. – Вип. 43. – С. 119 – 126.
- 24.Данильчук Г. Рівне у долонях його мешканців / Г. Данильчук. – Рівне: ПП ДМ, 2012. – С.145.
- 25.Довгань Л. «Конкурентоспроможність підприємств» / Л. Довгань. – Київ. : Видавництво «Політехніка». – 2004. – 144 с.
- 26.Довгань Л. Стратегічне управління: Навчальний посібник / Л. Довгань, Ю. Каракай, Л. Артеменко. – Київ: Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.
- 27.Дубовик О. Формування конкурентних переваг на основі бенчмаркінгу / О. Дубовик // Регіональна економіка – 2005. – № 3.
- 28.Звіт Рівненської обласної універсальної наукової бібліотеки за 2011 рік / РОУНБ. – Рівне: [б.в.], 2012. – С. 79 – 80.

29. Земсков А. Методика оценки эффективности работы библиотеки – бенчмаркинг / А. Земсков // Науч. и техн. б-ки. – 2004. – № 6. – С. 3.
30. Карпенко Н. Бенчмаркінг бізнес-процесів на підприємствах малого та середнього бізнесу / Н. Карпенко // Механізм регулювання економіки. – 2007. – № 4. – С. 138–145.
31. Касаткіна М. Оцінка конкурентоспроможності підприємств хімічної промисловості: методичні аспекти [Електронний ресурс] / М. Касаткіна. – Сєверодонецьк, 2011. – Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/24394/1/mmi2011_3_2_159_165.pdf;jsessionid=173D58AA89AE468A6B25A21B7A3CC01 (дата звернення: 15.08.2022). Назва з екрана.
32. Кібік О. Теорія бізнесу : навч. посібник / О. Кібік, К. Белоус. – Київ : Алерта, 2012. – 256 с.
33. Кобелев О. Інформаційна аналітика в структурі бібліотечної діяльності в Україні [Текст] : монографія / О. Кобелев ; Харк. держ. акад. культури. – Харків : ХДАК, 2012. – 245 с.
34. Криворучко О. Основні положення бенчмаркінгу бізнес-процесів АТП / О. Криворучко, Ю. Сукач // Економіка транспортного комплексу : зб. наук. пр. – 2012. – Вип. 20. – С. 78 – 89.
35. Лютікова М. Бенчмаркінг як інструмент підвищення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / М. Лютікова, Р.Морозова, П.Сухарев. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/33_NIEK_2008/Economics/37138.doc (дата звернення: 11.10.2022). Назва з екрана.
36. Маслов Д. Застосування бенчмаркінгу на малих та середніх підприємствах [Електронний ресурс] / Д. Маслов. – Режим доступу: <http://ur.co.ua/113/2576-1-primenenie-benchmarkinga-na-malyh-i-srednih-predpriyatiyah.html> (дата звернення: 12.08.2022). – Назва з екрана.

37. Морщенок Т. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур. Економіка і суспільство. 2017. – Вип 9. – С. 533 – 540.
38. Ніколаєнко Н. Бенчмаркінг як ефективний засіб управління змінами в бібліотеках / Н. Ніколаєнко // Вісн. ХДАК. – 2014. – Вип. 45. – С. 153-159.
39. Окладникова А. Бенчмаркинг как технология улучшения деятельности библиотечных организаций / А. Окладникова // Извест. Иркутской гос. экономич. акад. – 2008. – №1 (57). – С. 88 – 90.
40. Охината В. Бенчмаркінг: японський досвід / В. Охината // Зарубіжні маркетингові дослідження. – 2005. – № 4. – С. 22 – 25.
41. Палеха Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг : навч. посіб. / Ю. Палеха, О. Палеха. – Київ : Ліра-К, 2013. – 480 с.
42. Палієнко К. Бенчмаркінг як засіб покращення інноваційного процесу на підприємстві: матеріали міжнародної науково-практичної конференції / К. Палієнко. – Харків, 2021. – 479с.
43. Пермитина Н. Бенчмаркинг как стратегия развития научной библиотеки / Н. Пермитина, В. Ивашова // Универс. книга. – 2006. – № 5. – С. 62 – 64.
44. Петряшов Д. Создание системы бенчмаркинга на предприятии B2B / Д. Петряшов // Управление сбытом. – 2012. – №1.
45. Подсолонко В. Підприємництво / В. Подсолонко, А. Процай, Т. Миронова. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 616 с.
46. Прищепа В. Применение метода бенчмаркинга для совершенствования систем менеджмента качества испытательных центров и лабораторий / В. Прищепа // Актуальні проблеми економіки – 2005. – № 3(45). – С. 110 – 116.
47. Прогнозування розвитку територій. Бенчмаркінг : навч. посіб. з компакт-диском / К. Бліщук, А. Крупник, Є. Матвійшин та ін. ; за заг. наук. ред. М. М. Білинської. – Київ: К.І.С., 2014. – 120 с.

- 48.Прус Л. Типологія бенчмаркінгу [Текст] / Л. Прус // Сталий розвиток економіки . – 2011. – № 4 (7). – С. 265 – 269.
- 49.Радянська Ровенщина 1939 – 1959: док. і матеріали. – Львів: Книж.-журн. вид-во, 1962. – С. 63.
- 50.Редченко К. Стратегічний аналіз у бізнесі: навч.посіб. / К. Редченко. – Львів: Новий світ – 2000, Альтаїр – 2002, 2003. – 272 с
- 51.Рейдер Р. Бенчмаркинг как инструмент определение стратегии и повышение прибили. – Москва : РИА«Стандарти и качество», 2007. – 248 с.
- 52.Ржеуський А. Моделі, методи та засоби надання інформаційних послуг у сервіс - орієнтованих бібліотечних системах [Електронний ресурс]: дисертація / А. Ржеуський . – Львів, 2016. – 200с. – Режим доступу: http://library.lg.ua/upload/files/BO_el_res.pdf (дата звернення: 10.08.2022).
- 53.Слесаренко Л. Дарунок бібліотеці / Л. Слесаренко // Вісті Рівненщини. – 1996. – листоп. – С. 2.
- 54.Степаненко В. Бенчмаркінг в системі сучасного менеджменту [Електронний ресурс] : Тези 72-ої наукової конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів університету, присвяченої 90-річчю Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» / В. Степаненко. – Полтава, 2020. – 544с. – Режим доступу: <https://nupp.edu.ua/uploads/files/0/events/conf/2020/72-conf/tezi-2.pdf> (дата звернення: 11.08.2022). Назва з екрана.
- 55.Сучасний бенчмаркінг як засіб ефективного просування туристичного продукту [Електронний ресурс]: матеріали міжнародної науково-практичної конференції / Т. Бойчук . – Київ, 2017 . – 200с. – Режим доступу: <https://novaosvita.com/wp-content/uploads/2017/11/IntegrScProc-Kyiv-Nov2017.pdf> (дата звернення: 10.08.2022). Назва з екрана
- 56.Христенко О., Манжос С. Застосування бенчмаркінгу в системі управління Київ: КНЕУ, 2000. – 412с.

- 57.Шершньова З., Оборська С. Стратегічне управління. - Київ: КНЕУ, 1999. - 384с.
- 58.Щегельська О. Реінжиніринг бізнес-процесів – необхідність в умовах динамічного ринку / О. Щегельська // Управление компанией. – 1999. – № 1–2. – С. 13–19.
- 59.Ярошук В. Історія комп'ютеризації ОУНБ: етап інтенсифікації / В. Ярошук // Пріоритети діяльності Рівненської державної обласної бібліотеки / Рівнен. держ. обл. б-ка; наук. ред. В. Ярошук; наук. рецензент Р. Щербан; ред. Л. Сахнюк. – Рівне: Волин. обереги, 2006. – С. 9.
- 60.Camp R. C. Benchmarking. The Search for Industry Best Practices That Lead to Superior Perfomance / R. C. Camp. – Wisconsin: ASQC Industry Press, Milwaukee, 1989. – 45 s.
- 61.Creaser C. As others see us: benchmarking in practice / Creaser Claire. – 2003. – Mode of access: www.lboro.ac.uk/departments/ls/lisu/downloads/OP33.pdf.
- 62.Darrell K. Rigby Managment tools/ Rigby K. Darrell. – Boston.: Bain & Company, Inc. – 2013. – p. 14 – 15.
- 63.Donovan R.K. All Around Cure – If I Don't Agree? / R.K. Donovan – Oklahoma: Cambridge University/ – 2000. – 196 p.
- 64.Furey T. R. Benchmarking: The Key to Developing Competitive Advantage in Mature Markets / T. R. Furey // Planning Review 15. – 1987. – September . – P. 30 – 32.
- 65.Krokowski W. Globalisierung des Einkaufs / W. Krokowski. – Berlin: Springer, 1998. – 308 S.
- 66.Leidig G. Benchmarking – Lernen von den Besten, Leistung und Qualitaut steigern / G. Leidig // Informationen Betriebswirtschaft. – 1995. – № 1. Wiesbaden: Bundesverband Druck E.V., 1995. – S. 23–25.

67. Shetty Y. K. Aiming high: competitive benchmarking for superior performance / Y. K. Shetty / Long Range Planning. – 1993. – Vol. 26, № 1. – P. 39 – 44.
68. Town J.S. Benchmarking and performance measurement / J.S. Town // Northumbria international conference on performance measurement in libraries and information services. – 1995. – URL: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED405869.pdf>
69. Venetucci R. Benchmarking : A Reality Check for Strategy and Performance Objectives / R. Venetucci // Production and Inventory Management Journal. – 1992. – Vol. 33, № 4. – PP. 32 – 36.
70. Вінницька обласна універсальна наукова бібліотека: офіційний веб-сайт. Режим доступу: <https://www.library.vn.ua/> (дата звернення: 22.09.2022). Назва з екрана.
71. Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека: офіційний веб-сайт. Режим доступу: <http://www.reglibrary.mk.ua/> (дата звернення: 22.09.2022).
72. Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека ім. І. Котляревського: офіційний веб-сайт. Режим доступу: <https://library.pl.ua/> (дата звернення: 22.09.2022).
73. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека: офіційний веб-сайт. Режим доступу : <http://libr.rv.ua/> (дата звернення: 22.09.2022). Назва з екрана.
74. British library: website. URL: <https://www.bl.uk/> (date: 9.24.2022).
75. De Krook: website. URL: <https://dekrook.be/>(date: 24.09.2022).
76. Koninklijke Bibliotheek: website. URL: <https://www.kb.nl/> (date: 24.09.2022).
77. Сорочук М. Терорія і практика бібліопедагогіки та бібліопсихології [Електронний ресурс]: збірник тез доповідей І-ї Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції / М. Сорочук. – Мукачево, 2021 . – 69с. Режим доступу: <https://msu.edu.ua/wp->

[content/uploads/2021/11/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D1%82%D0%B5%D0%B7-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97.pdf](#)

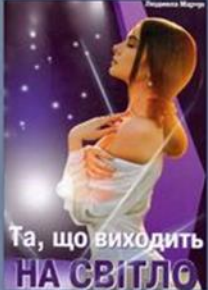
ДОДАТКИ

Додаток А

Фото переможців конкурсу «Краща книга Рівненщини»

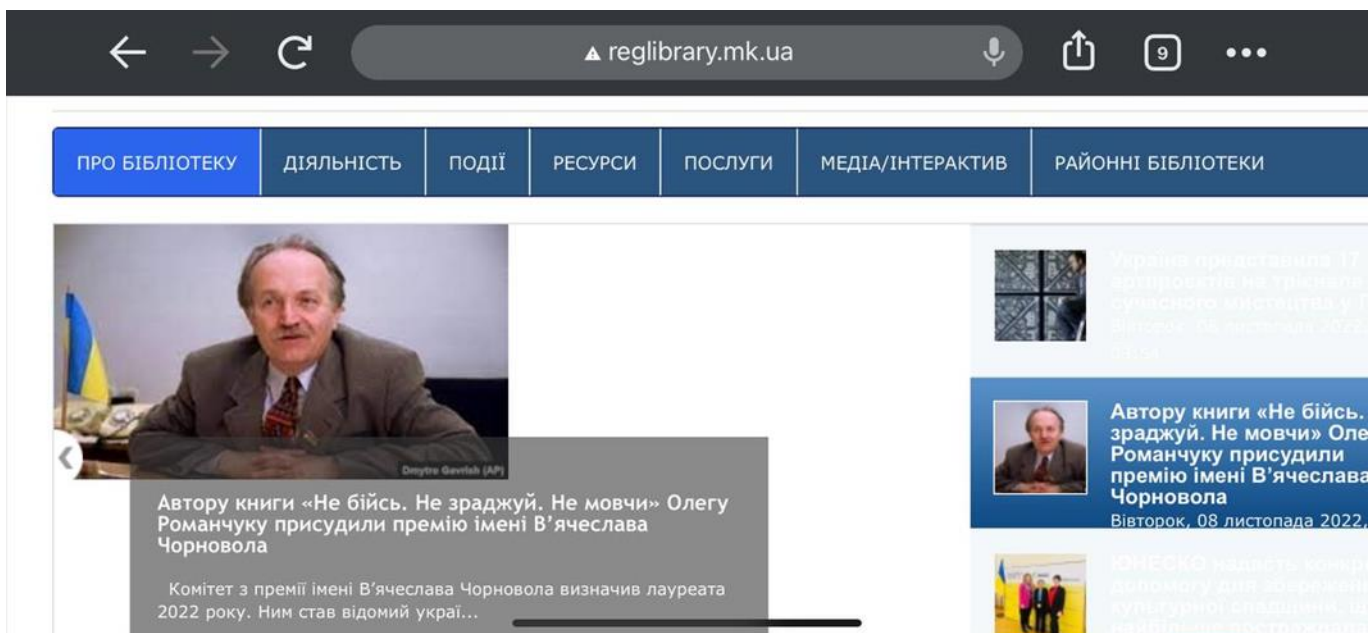
• ПЕРЕМОЖЦІ КОНКУРСУ •

КРАЩА КНИГА РІВНЕНЩИНИ 2022

		
КРАЩЕ ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧЕ ВИДАННЯ	КРАЩЕ ДОВІДКОВЕ ВИДАННЯ	КРАЩА ПОЕТИЧНА ЗБІРКА
		
КРАЩЕ ВИДАННЯ З МЕМУАРИСТИКИ ТА ДОКУМЕНТАЛІСТИКИ	КРАЩЕ ПРОЗОВЕ ВИДАННЯ	КРАЩЕ ВИДАННЯ ДЛЯ ЮНАЦТВА ТА МОЛОДІ
		
КРАЩЕ ВИДАННЯ ДЛЯ ДІТЕЙ	КРАЩЕ ПОЛІГРАФІЧНЕ ВИДАННЯ	КРАЩА ХУДОЖНЕ ОФОРМЛЕННЯ
		
КРАЩИЙ ЛІТЕРАТУРНИЙ ДЕБЮТ		

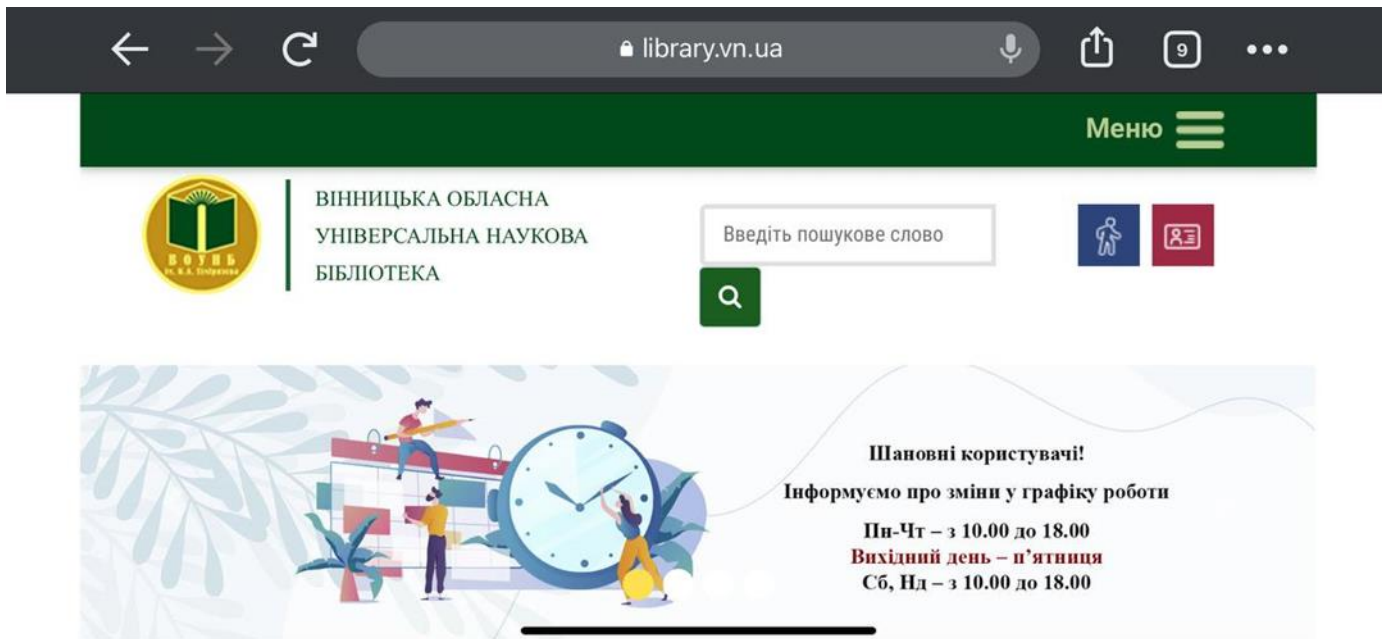
Додаток Б

Принтскрин сайт Миколаївської обласної універсальної наукової бібліотеки



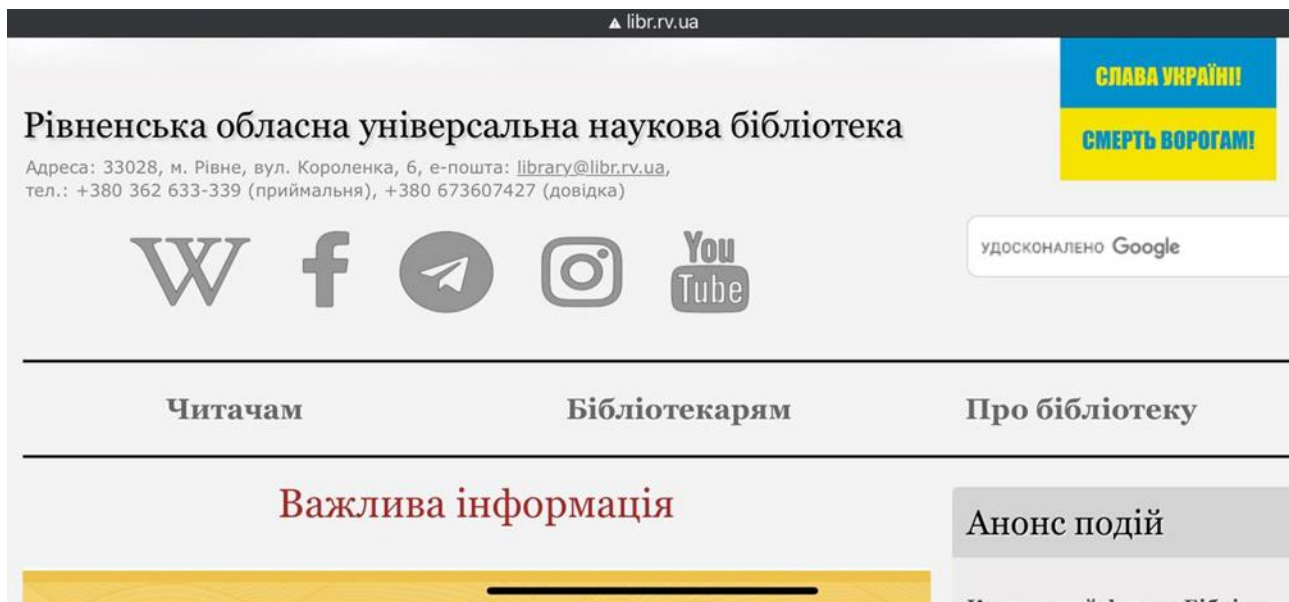
Додаток В

Принтскрин сайту Вінницької обласної універсальної наукової бібліотеки



Додаток Г

Принтскрин сайту Рівненської обласної універсальної наукової бібліотеки



Додаток Д

Принтскрин сайту Полтавської обласної універсальної наукової бібліотеки

ім. І. Котляревського

