

УДК 021.9:[331.484:005.8

DOI: 10.31866/2617-796X.5.2.2022.270143

Сисова Юлія,*аспірантка, кафедра інформаційних технологій,**Київський національний університет культури і мистецтв,**Київ, Україна**decanat_cult@ukr.net**<https://orcid.org/0000-0003-2756-6912>*

ІНФОРМАЦІЙНИЙ РИНОК ЯК СФЕРА ФАНДРЕЙЗИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕК

Мета дослідження – проаналізувати інформаційний ринок як сферу фандрейзингової діяльності бібліотек.

Методи дослідження. Для опрацювання цієї проблематики використано як загальнонаукові (аналіз, синтез, дедукція та індукція), так і спеціалізовані методи (наприклад, абстрагування – для дослідження загальних теоретичних підходів і визначення рекомендацій щодо використання фандрейзингу в сучасному бібліотечному просторі України).

Наукова новизна дослідження полягає в актуалізації закордонного досвіду роботи бібліотек з позабюджетними добродійними організаціями та приватними благодійниками в українських реаліях.

Висновки. Сучасні виклики, які стоять перед діяльністю бібліотек, вимагають залучення додаткового фінансування з позабюджетних джерел, що в умовах всесвітньої пандемії чи військової агресії здійснити надзвичайно складно. Зокрема, на підставі опрацювання отриманої інформації встановлено, що сучасним бібліотекам потрібно частіше звертатися до практик використання платних послуг і можливостей фандрейзингу. Зазвичай керівництво українських бібліотек заради отримання додаткового фінансування вдається до практики впровадження платних послуг. Вважаємо, що досвід провідних бібліотек світу в українських реаліях не завжди працюватиме відповідно. Тому важливо поєднувати залучення додаткового фінансування з упровадженням нових технологій, здатних у майбутньому приносити сталий дохід бібліотечним установам на інформаційному ринку. Для одержання фандрейзингових коштів потрібна тривала робота з пошуку можливих благодійників, вивчення їхньої діяльності, просування власних послуг в інформаційному просторі, які створюють добру репутацію бібліотечній установі. Актуальним також є використання досвіду науковців – грантові подання за своєю специфікою можуть стати зразками для подання фандрейзингових проектів.

Ключові слова: фандрейзинг; бібліотечна справа; проект; добродійність.

Вступ. Сучасність ставить перед бібліотеками нові складні завдання, що пов'язані не тільки з трансформацією діяльності відповідно до вимог новітнього культурно-інформаційного суспільства, а й з пошуками додаткових джерел для отримання фінансування. Частково сучасні бібліотечні установи (особливо при потужних уні-

верситетських центрах) запропонували нові концепції інформативної та суспільної діяльності, в яких ідеться про формування мультимедійних центрів, використання можливостей бібліотек як майданчиків для проведення наукових конференцій, організації рекреаційних чи туристичних зон, рекламних заходів тощо. Надалі дослідники розробляють методики впровадження оновлених моделей бібліотек, що потребуватиме додаткових фінансових витрат. Фандрейзинг може стати інструментом для частково або навіть повного фінансового покриття зазначених перетворень. Через руйнівні наслідки пандемії COVID-19 та ще більші наслідки російської агресії проти України бюджетне фінансування галузі прогнозовано зменшиться, і залучення фандрейзингових капіталів дасть змогу відновити фінансову стабільність бібліотечних господарств. Відтак фандрейзингова діяльність бібліотек є перспективним й актуальним напрямом для дослідження.

Мета статті – проаналізувати інформаційний ринок як сферу фандрейзингової діяльності бібліотек. Для реалізації поставленої мети використано окремі теоретичні та загальнонаукові методи дослідження, зокрема аналіз, синтез, індукцію та дедукцію. Використовуючи метод порівняння, вдалося провести паралелі між діяльністю українських і деяких зарубіжних бібліотечних установ. Під час написання статті застосовано метод абстрагування, за допомогою якого продемонстровано поступовий і логічний перехід від абстрактних конструкцій до конкретних виявів та практик. Наприклад, цей метод використано під час дослідження загальних теоретичних підходів і визначення рекомендацій щодо використання фандрейзингу в сучасному бібліотечному просторі України.

Зазначимо, що результати роботи сформульовані на підставі опрацювання фахової літератури. Зокрема, теоретичні висновки та практичні поради щодо формування сучасних бібліотечних послуг опрацьовано в роботі М. Назаровця (2017). Т. Панасюк та Л. Салюк (2018) здійснили порівняльний аналіз наукових інформаційних ресурсів, які доступні в бібліотеках України. Відзначимо також роботи О. Башуна (1999) та інших, що містять окремі узагальнення щодо проблематики використання фандрейзингу в українському науковому та бібліотечному середовищі.

Результати дослідження. Термін «фандрейзинг» з'явився в Україні під впливом американських практик – у США його використовували в галузі фінансування некомерційних і насамперед недержавних структур. Фактично сучасна господарська діяльність бібліотек так чи інакше пов'язана з благодійними внесками заможних меценатів, благодійною купівлею техніки й устаткування, добровільними членськими внесками, використанням грантових коштів тощо (Башун, 1999) – такий перелік визначено чинним українським законодавством, яке регулює надходження додаткових фінансових ресурсів та їх використання. На практиці дуже часто ситуація залежить від лідерських й організаторських здібностей керівників, їхньої здатності правильно та чітко сформулювати й реалізувати роботу з отримання коштів.

Зазвичай керівництво українських бібліотек заради отримання додаткового фінансування вдається до практики впровадження платних послуг. На цьому етапі використовують провідний досвід зарубіжних (американських та європейських) бібліотек: публікації; продаж наукових, науково-практичних і розважальних ви-

дань; платні поліграфічні або копіювальні послуги; розробку програмних продуктів; організацію робіт для технічного захисту даних; статистичну обробку інформації; перекладацькі послуги чи навчання іноземних мов; оренду приміщень для приватного підприємництва; реалізацію іншої продукції (сувенірів, предметів декоративно-ужиткового мистецтва тощо) (Панасюк та Салюк, 2018). Усі ці методи розповсюджені на Заході поруч з веденням суто дослідницької роботи, яка радше є своєрідним способом прорекламувати ту чи ту бібліотечну установу (якщо йдеться про справді великий науковий симпозіум) (Паршин, 2017).

Водночас практична реалізація цих можливостей в українських реаліях доволі обмежена. До того ж заокеанська практика вже крокує значно далі. Наприклад, Бібліотека та архів Канади чверть своїх річних надходжень до річного бюджету отримує саме від платних послуг, але послуг іншого, дещо вищого рівня. Наприклад, ця організація укладає договори з авторами й утримувачами інтелектуальної власності щодо представництва їхніх творів на своєму сайті. На практиці це означає, що коли книжковий інтернет-магазин уклав відповідну угоду, то через бібліотечний каталог за певну плату користувач бібліотеки може отримати частковий або повний доступ до тексту публікації. Відповідно за ці послуги бібліотека отримує певний відсоток – як винагороду за реалізацію продукції. Зазначимо, що в реаліях Канади такий підхід досить продуктивний (Башун, 1999). Чимало користувачів ладні заплатити за контент, що автоматично завантажується на локальний сервер, до якого користувач отримує доступ лише з використанням свого бібліотечного профілю та паролю.

Аналогічно укладають договори зі студіями звукозапису чи виробниками комп'ютерних ігор. Завдяки цьому Бібліотека та архів Канади має змогу надавати до них обмежений доступ – видавати на прокат, отримуючи відповідні відрахування за посередницькі та рекламні послуги. Останні, до речі, розповсюджуються через офіційний сайт організації або через внутрішню локальну мережу. Так само працює і Бібліотека Конгресу США, менеджмент якої базується на використанні свого сайту для просування платних послуг. Наприклад, платних юридичних консультацій з різних галузей національної чи міжнародної юриспруденції, які організують професійні адвокати (Назаровець, 2017). Завдяки активній співпраці з приватними структурами та компаніями Бібліотека Конгресу США отримує додаткове фінансування для реалізації власних проєктів.

Вважаємо, що такий досвід складно відтворити в українських реаліях. Ідеться не тільки про законодавчі обмеження, а й насамперед про бюрократично-процедурні моменти, які в окремих аспектах дуже «заважають» налагодженню ефективної співпраці між приватними структурами та бібліотеками (Меренюк, 2021). До того ж чималий відсоток піратської неліцензійної продукції ускладнює легальну роботу з розповсюдження платного контенту, а небажання змін стає на заваді реалізації стратегій керівництва.

Значно надійнішими джерелами для позаштатного фінансування роботи бібліотек є приватні пожертви. Сучасний досвід США показує, що щорічні приватні благодійні пожертвування на роботу бібліотек сягають суми понад 100 млрд доларів. Ідеться не просто про перерахунок коштів, а про довгострокові вкладення. Наприклад, благодійні фонди чи приватні особи дають бібліотекам змогу кори-

стуватися відсотками з банківських вкладів чи акцій, які дають менший, але постійний стабільний прибуток. Завдяки цьому зникає загроза впадання в крайнощі, коли за один рік установа отримує щедри пожертви, а наступного – значно менші, що вганяє її у фінансову кризу. Обмежене, але стале додаткове фінансування нівелює подібні ризики.

В Україні фандрейзинг відбувається завдяки насамперед благодійним фондам, що добре виконують свою функцію (Башун, 1999). Зокрема, відомий благодійний фонд «Відродження», який засновано ще в 1990 р., лише у 2018 р. передав українським книгозбірням понад 1 млн книжок загальною вартістю понад 1000 млн грн. Улітку 2015 р. розпочав свою роботу інший фонд – «Бібліотечна країна». Завдяки зусиллям людей, що там працюють, реалізовано декілька добродійних проєктів, спрямованих надати допомогу бібліотекам України. Зокрема, цей фонд розробив програму «Подаруй книгу рідній бібліотеці». Суть її полягала в тому, що будь-хто міг придбати власним коштом книгу українського письменника, переказавши певну суму як благодійну допомогу на рахунок фонду. Ці обрані книжки надалі відправляли до зазначеної благодійником бібліотеки. Допомогу бібліотекам надавав Міжнародний благодійний фонд захисту та сприяння розвитку бібліотек України, Благодійний фонд розвитку Національної бібліотеки України для дітей, Благодійний фонд «Ранок-Україна» тощо.

Важливими є можливості фандрейзингу від приватних осіб – спонсорів і благодійників. Однак ці можливості потребують певної додаткової діяльності. Зокрема, важливим етапом є збір інформації про місцевих добродійців (приватних осіб й організацій), їхню сферу діяльності та зацікавлення, публічні виступи, відомі результати їхньої співпраці з іншими установами. Це дасть змогу утворити своєрідний «банк донорів», з яким можна буде вести роботу щодо організації фінансування (Молчанова, 2018).

Наступний крок – вироблення конкретної програми чи проєкту, на що планують залучати фінансування. Важливе завдання на цьому етапі – переконати потенційного донора в тому, що ваш проєкт є актуальним, потрібним і може бути корисним як бібліотечній установі, так і суспільству в цілому. Можна використати методіку формування грантової заявки, спрямованої на отримання фінансової підтримки. Підхід науковців досить прагматичний: фінансування надають, наприклад, на створення технологій розпізнавання символів, тож потрібно докладно описати всі складники майбутніх експериментів і визначити їхню вартість (Денисенко, 2020). Особливі шанси на успіх матимуть ті результати, які надалі забезпечуватимуть життєздатність бібліотеки самостійно. Для цього досить вдало підходить формування таких заявок, що спрямовані на розвиток інформаційного ринку – системи економічних, організаційних і правових відносин, які регулюють процеси обміну (продажу чи купівлі) інформаційними ресурсами, технологіями, продукцією та послугами.

Зокрема, за допомогою фандрейзингу можна отримати фінансування щодо полегшення доступу до ресурсів бібліотеки, можливостей їх комерціалізації, продажу супутніх товарів і послуг тощо. Насправді це дасть змогу в майбутньому використати отримані кошти для подальших невеликих, але сталих прибутків, подібних до тих, що отримують бібліотеки США чи Канади. Важливо правильно

використовувати авторитет бібліотеки. Зазвичай додаткове фінансування отримують установи, які раніше мали досвід утілення окремих проектів з позабюджетним фінансуванням. Отож працівникам варто провести потужну підготовчу роботу, яка полягатиме в організації просвітницьких чи освітніх заходів, книжкових виставок, роботи з грантами міжнародних організацій, громадськими чи приватними об'єднаннями тощо. Окрему увагу потрібно присвятити наявності в інтернеті, особливо в соціальних мережах. Завдяки рекламі власних послуг і проведених акцій шанси на пошук додаткового фінансування значно зростають, тому що вони не тільки вказують на активність, а й визначають потенційні можливості для грамотного розподілення та використання залучених коштів.

Висновки. Отже, у сучасних умовах розвиток бібліотек потребує гармонізації з викликами інформаційного суспільства. Упровадження нових методик роботи вимагає залучення додаткових коштів, які в умовах пандемії чи воєнного стану з державних джерел отримати майже нереально. Через це є потреба звернутися до практики використання платних послуг і можливостей фандрейзингу. На нашу думку, через те що досвід провідних бібліотек світу в українських реаліях не завжди працюватиме адекватно, найкраща можливість – поєднати залучення додаткових коштів з упровадженням нових технологій, здатних у майбутньому приносити сталий дохід бібліотечним установам на інформаційному ринку. Для отримання фандрейзингових коштів потрібна тривала робота з пошуку можливих благодійників (приватних осіб чи благочинних організацій), вивчення їхньої діяльності, просування власних послуг в інформаційному просторі.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Башун, О.В., 1999. *Вплив маркетингу і фандрейзингу на трансформацію бібліотек*. Донецьк: УКЦентр.
- Денисенко, О.В., 2020. Дослідження та розробка системи розпізнавання тексту. *ЛОГОΣ. ONLINE: International scientific e-journal*, 11. Доступно: <<https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2663-4139/article/view/3962>> [Дата звернення 03 червня 2022].
- Меренюк, Х.В., 2021. «Феномен Європи» як відповідь на карантинні виклики в ЛНУ імені Івана Франка. В: Фечко, І.В. ред. *Соборність України: студентський погляд на історичні та актуальні проблеми*, Матеріали Всеукраїнського студентського круглого столу. Київ, Україна, с.1-4.
- Молчанова, С.А., 2018. Соціально-комунікативна діяльність бібліотеки в сучасному культурному просторі. В: *Науково-комунікаційний простір бібліотеки ЗВО: вимоги часу та реалії*, Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, Миколаїв, Україна, 1-2 листопада 2018 р. Миколаїв: Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, с.53-57.
- Назаровець, М.А., 2017. Послуги університетських бібліотек з підтримки наукової комунікації. *Вісник Харківської державної академії культури. Серія : Соціальні комунікації*, 53, с.96-108.

Панасюк, Т.Г. та Салюк, Л.І., 2018. Роль бібліотеки у вихованні екологічної свідомості та культури студентської молоді. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка. Серія: Бібліотекознавство. Книгознавство*, 5, с.172-178.

Паршин, І.Л., 2017. VIII Міжнародна наукова конференція «Colloquia Russica: релігії та вірування Русі (X-XVI ст.)» (Львів, 15-18 листопада 2017 р.). *Проблеми слов'янознавства*, 66, с.270-272.

REFERENCES

- Bashun, O.V., 1999. *Vplyv marketynhu i fandreizynhu na transformatsiiu bibliotek* [The influence of marketing and fundraising on the transformation of libraries]. Donetsk: UKTsentr.
- Denysenko, O.V., 2020. Doslidzhennia ta rozrobka systemy rozpoznavannia tekstu [Research and development of a text recognition system]. *ΛΟΛΟΣ. ONLINE: International scientific e-journal*, 11. Available at: <<https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2663-4139/article/view/3962>> [Accessed 3 June 2022].
- Mereniuk, Kh.V., 2021. "Fenomen Yevropy" yak vidpovid na karantynni vyklyky v LNU imeni Ivana Franka ["The phenomenon of Europe" as a response to quarantine challenges at Ivan Franko National University]. In: Fechko, I.V. ed. *Sobornist Ukrainy: studentskyi pohliad na istorychni ta aktualni problemy* [Congregation of Ukraine: student perspective on historical and current problems], Materials of the All-Ukrainian Student Round Table. Kyiv, Ukraine, pp.1-4.
- Molchanova, S.A., 2018. Sotsialno-komunikatyvna diialnist biblioteky v suchasnomu kulturnomu prostori [Social and communicative activity of the library in the modern cultural space]. In: *Naukovo-komunikatsiyni prostir biblioteky ZVO: vymohy chasu ta realii* [Scientific and communication space of the ZVO library: requirements of time and reality], Materials of the All-Ukrainian Scientific and Practical Conference, Mykolaiv, Ukraine, 1-2 November 2018. Mykolaiv: Admiral Makarov National University of Shipbuilding, pp.53-57.
- Nazarovets, M.A., 2017. Posluhy universytetskykh bibliotek z pidtrymky naukovoї komunikatsii [Services of university libraries to support scientific communication]. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture. Series: Social Communications*, 53, pp.96-108.
- Panasiuk, T.H. and Saliuk, L.I., 2018. Rol biblioteky u vykhovanni ekolohichnoi svidomosti ta kultury studentskoi molodi [The role of the library in the education of environmental awareness and culture of student youth]. *Naukovi pratsi Kamianets-Podilskoho natsionalnoho universytetu im. I. Ohiiienka. Serii: Bibliotekoznavstvo. Knyhoznnavstvo*, 5, pp.172-178.
- Parshyn, I.L., 2017. VIII Mizhnarodna naukova konferentsiia "Colloquia Russica: relihii ta viruvannia Rusi (X-XVI st.)" (Lviv, 15-18 lystopada 2017 r.) [VIII International Scientific Conference "Colloquia Russica: Religions and Beliefs of Rus (10th-16th Centuries)" (Lviv, November 15-18, 2017)]. *Problems of Slavonic Studies*, 66, pp.270-272.

UDC 021.9:[331.484:005.8**Sysova Yuliia,***PhD Student, Department of Informational Technologies,**Kyiv National University of Culture and Arts,**Kyiv, Ukraine**decanat_cult@ukr.net**<https://orcid.org/0000-0003-2756-6912>***INFORMATION MARKET AS A SPHERE OF LIBRARIES' FUNDRAISING ACTIVITIES**

The purpose of the research is to analyze the information market as a sphere of fundraising activities of libraries.

Research methodology. Both general scientific (analysis, synthesis, deduction, and induction) and specialized methods (for example, abstraction – for researching general theoretical approaches and determining recommendations for the use of fundraising in the modern library space of Ukraine) were used to study this issue.

The scientific novelty of the study is the actualization of foreign experience of libraries' work with non-budgetary charitable organizations and private benefactors in Ukrainian realities.

Conclusions. The current challenges faced by libraries require additional funding from extrabudgetary sources, which is extremely difficult to implement in the context of a global pandemic or military aggression. In particular, based on the processing of the information received, it was found that modern libraries need to turn more often to the practice of using paid services and fundraising opportunities. Usually, the management of Ukrainian libraries resorts to the practice of introducing paid services to obtain additional funding. We believe that the experience of the world's leading libraries in Ukrainian realities will not always work accordingly. Therefore, it is important to combine the attraction of additional funding with the introduction of new technologies that can bring sustainable income to library institutions in the information market in the future. To obtain fundraising funds, a long work is needed to find possible benefactors, study their activities, and promote their services in the information space, which will create a good reputation for the library institution. It is also relevant to use the experience of scientists – grant applications in their specificity can become models for submitting fundraising projects.

Keywords: fundraising; librarianship; project; charity.

07.09.2022