

## **Мобильный пункт обслуживания технической библиотеки предприятия: современное прочтение классической формы**

### **Tech library's mobile points: Modern interpretation of classical forms of services**

*О. Б. Ушакова, Е. В. Шавыркина  
Красноярский центр научно-технической информации  
и библиотек Красноярской железной дороги,  
Красноярск, Россия*

*Olga Ushakova and Elena Shavurkina  
Krasnoyarsk Railways Center for Sci-tech Information and Libraries,  
Krasnoyarsk, Russia*

Описывается опыт объединения внестационарных и комплексных форм информационного обслуживания применительно к информационному центру предприятия. Подробно раскрывается технология подготовки и проведения мобильного пункта обслуживания, показывается эффективность подобной формы привлечения и удержания клиентов.

The experience of non-stationary and integrated forms of information services at the corporation's information center is discussed. The technology of planning and running the mobile service points is presented in detail, the efficiency of the service is proved.

Сегодня многие библиотеки сталкиваются с парадоксальной ситуацией: приложив неимоверные усилия для получения дополнительного финансирования, приобретения уникальных баз данных, внедрения новых услуг, обнаруживают, что читатели этими услугами не пользуются. Как следствие, перед библиотеками стоит задача формирования спроса на свои услуги, установления эффективных коммуникаций со своими целевыми аудиториями. Библиотеки предприятий особенно зависят от активности читателей, так как сам факт наличия в структуре предприятия информационной службы зависит от ее вклада в решение стратегических, тактических и оперативных задач предприятия. И хотя отдача ресурсов, вкладываемых в библиотеку или информационную службу крупной фирмы, составляет 500%, этот результат возможен только в том случае, если специалисты предприятия используют в своей деятельности информацию, полученную с помощью сотрудников технической библиотеки. Но зачастую (особенно у молодых сотрудников) происходит «неиспользование» услуг информационной службы. Это может быть вызвано разными причинами: незнанием о самом факте существования службы или о предоставляемых ею возможностях, привычкой обходиться сведениями, найденными в Интернете и др<sup>1</sup>. Кроме того, современный ритм работы сотрудников любого предприятия, а особенно ОАО «Российские железные дороги», настолько насыщен, что выкроить время на физическое посещение помещения библиотеки – очень сложная задача.

Традиционно проблема приближения источников информации к месту работы или проживания пользователей решалась путем развития внестационарных форм обслуживания. К ним относятся: библиобусы, пункты выдачи, кольцевая почта, бригадный абонемент, доставка книг читателям с ограниченными возможностями, «справочные киоски» в торговых центрах, вокзалах, местах отдыха и др. Задачи научно-технической пропаганды, PR, рекламной и аналитико-коммуникативной деятельности технических библиотек обычно решались на комплексных мероприятиях: Днях информации, Днях специалиста и др<sup>2</sup>. Опыт Красноярского центра научно-технической информации и библиотек Красноярской железной дороги (далее – КрЦНТИБ) показывает, что несмотря на то, что сайт Центра<sup>3</sup> предлагает широчайшие возможности для поиска и получения информации самостоятельно, до сих пор личная консультация квалифицированного

<sup>1</sup> Брежнева В.В., Гиляревский Р.С. Информационное обслуживание. – СПб.:Профессия, 2012. – 368 с.

<sup>2</sup> Там же. – С. 159.

<sup>3</sup> В Интранете ОАО «РЖД».

библиотекаря-библиографа и богатый фонд изданий в печатном виде является для многих сотрудников дороги лучшей и удобной формой получения релевантной, достоверной и полной информации.

Сотрудники КрЦНТИБ, используя лучшие практики внестационарных и комплексных форм обслуживания, применили их, разработав собственный формат комплексного мероприятия «Мобильный пункт обслуживания КрЦНТИБ» (далее – МПО).

### **Общая характеристика «Мобильного пункта обслуживания КрЦНТИБ»**

МПО всегда проводится в качестве поддержки какого-либо мероприятия, проводимого на Красноярской железной дороге (сетевая школа, дорожный семинар, конференция, научно-технический совет, рабочие совещания по определенной теме, конкурс профессионального мастерства, социально-экономический форум и т.п.). Это внестационарная форма комплексного информационного обслуживания, «эволюция» которой выглядела так (рис.1):



Рис. 1. Эволюция внестационарных форм обслуживания КрЦНТИБ

Подобные преобразования были вызваны анализом эффективности проводимых мероприятий, а также отзывами и пожеланиями клиентов<sup>4</sup>.

### **Составляющие МПО** (факультативные элементы выделены курсивом):

- пункт книговыдачи технической библиотеки (включает издания по теме основного мероприятия, к которому «привязан» МПО, издания выдаются/сдаются в режиме автоматизированной книговыдачи);
- *информационные материалы отдела научно-технической информации;*
- «*читальный зал*» – *включает редкие издания, а также издания в единственном экземпляре;*
- библиографический обзор изданий, представленных на пункте книговыдачи (проводится для группы слушателей, и/или индивидуально);
- тематическая подборка по теме мероприятия (бумажный или электронный вид);
- информационная папка участника МПО (включает в себя рекламные буклеты по услугам КрЦНТИБ, буклет(ы) по теме мероприятия, блокнот (подробно о его наполнении см. ниже), календарь с рекламой услуг Центра, список библиографических описаний изданий, представленных на пункте выдачи (цветной, включает обложки и аннотации), тематические книжные закладки и т.п.)
- музейная выставка;
- консультации сотрудника музея по истории вопроса, обсуждаемого на мероприятии (группа и/или индивидуально);
- предмет(ы) для создания элемента «игры», «интерактива» (подробнее см. ниже);

<sup>4</sup> Подробнее см. Ушакова, О.Б. От руководства чтением к клиентоориентированности: смена парадигмы: (опыт технической библиотеки предприятия)/ О.Б. Ушакова // Библиотеки и информационные ресурсы в современном мире науки, культуры, образования и бизнеса [Электронный ресурс] : материалы конф. – Электрон. дан. – М.: ГПНТБ России, 2012. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

- презентация продуктов и услуг Центра (включается в программу основного мероприятия по согласованию с организаторами, подготовлена с учетом тематики вопросов, обсуждаемых заказчиком);
- фотовыставка;
- выставка изоматериалов/инфографики по теме мероприятия;
- подбор информации для подготовки выступлений (для докладчиков Заказчика).

Мобильный пункт обслуживания может быть проведен как в городе, так и за городом, в том месте, где Заказчик проводит свое мероприятие. МПО проводятся не только в Красноярске (где находится сам Центр, но и в его 8 филиалах (там, где нет музея, МПО не включает музейную экспозицию).

### Особенности МПО

В современном мире цифровых технологий привлечь внимание клиента бумажной книгой не просто, а занятых сотрудников дороги – тем более. Поэтому для того, чтобы участники мероприятия воспользовались услугами МПО, предпринимаются дополнительные усилия:

- осуществляется предварительное информирование о предстоящем мероприятии;
- используется яркая фирменная атрибутика: в одежде сотрудников, в оформлении самого СПО (заголовки, «растяжки», фирменные промо-столы);
- используются различные методы привлечения внимания: от договоренности с организаторами мероприятия по направлению участников, непосредственного приглашения сотрудниками МПО и т.п. до вазочки с конфетами;
- система «бонусов» за участие в МПО: комплект раздаточных материалов, полнотекстовая темподборка по теме мероприятия, возможность участия в фотосессии и т.п.

### Блокнот участника

Блокнот участника создается совместно с заказчиком, печатается непосредственно в полиграфическом цехе КрЦНТИБ (отделе художественного конструирования) и имеет свои особенности.

### Блокнот участника включает в себя следующие элементы оформления

*(факультативные выделены курсивом):*

	Элементы оформления (полноцветная печать)	Ответственные
1.	обложка, оформленная в едином стиле всего раздаточного материала, используемого в мероприятии	заказчик, дизайнер
2.	цитаты по теме мероприятия, расположенные внизу на каждой странице блокнота	отдел обслуживания по согласованию с заказчиком
3.	<i>список рекомендуемых веб-сайтов по теме мероприятия</i>	отдел обслуживания
4.	список рекомендованной литературы по теме мероприятия (обложка, библиографическое описание, аннотация, перечень технических библиотек, в которых можно взять данное издание)	отдел обслуживания по согласованию с заказчиком
5.	<i>полезная информация (справочного, фактографического характера, включая схемы, таблицы) по теме мероприятия</i>	отдел обслуживания по согласованию с заказчиком
6.	<i>список рекомендованных журналов по теме мероприятия</i>	отдел обслуживания по согласованию с заказчиком
7.	<i>перечень дистанционных услуг Центра, которые могут быть полезны участникам</i>	отдел обслуживания по согласованию с заказчиком
8.	дополнительные элементы оформления по желанию заказчика: линованные листы, листы в клетку; наличие/отсутствие фонового рисунка; вид переплета (клеевой, пружинка); размещение переплета: сбоку, сверху; формат: альбомный, книжный и т.п.	заказчик, дизайнер

Таким образом, блокнот выполняет несколько функций, несет много полезной и важной для участника мероприятия информации.

## Интерактивные элементы

Участники мероприятия не всегда сразу заинтересовываются книгами и музейными предметами, даже подойдя непосредственно к МПО. Для таких людей бывает важно «встряхнуться», получить необычные впечатления. Эти цели достигаются включением в МПО элементов интерактива: фотосессии с музейными предметами (по теме мероприятия), с особыми предметами, с редкими книгами. Что получают в этом случае организаторы МПО, даже если участник мероприятия не взял ни одну книгу и не посмотрел на экспозицию музейных предметов? Контактные данные (для того, чтобы отправить фотографию) и согласие на включение в базу данных клиентов (получаем почти всегда). А как только клиент появляется в нашей базе данных, ему отправляется по электронной почте уведомление об этом с рекламой наших услуг. Как правило (более чем в 80% случаев), сотрудник подписывается на одну из наших дистанционных услуг, и в терминологии маркетинга становится «тёплым» клиентом, который периодически будет вспоминать о нашем существовании и, с гораздо большей вероятностью, воспользуется услугами нашего Центра.

Очень часто мобильный пункт обслуживания используется в качестве «фона» для интервью с «первыми лицами», присутствующими на мероприятии, таким образом попадая в отраслевую прессу и телевидение. Это обеспечивает скрытую рекламу Центра без дополнительных усилий с нашей стороны.

В процессе подготовки сотрудники КрЦНТИБ стараются все время придумывать новые, интересные конкретному заказчику «изюминки», чтобы сделать мероприятие запоминающимся, интересным и полезным. При этом мы считаем принципиально важным, что основной «упор» делается не на развлекательную составляющую, а на информационный, образовательный аспект. Например, для одного из мероприятий по внедрению бережливого производства сотрудники отдела обслуживания подготовили уникальную тематическую подборку, посвященную наследию одного из основоположников НОТ (из которого во многом «выросло» бережливое производство) в СССР – Гастеву А.К. Так как его труды являются библиографической редкостью, для издания подборки были использованы фонды как личных библиотек библиофилов Красноярска, так и других библиотек страны. В результате содержание темподборки вызвало такой резонанс, что руководством дороги был издан приказ о подготовке текстов мотивационных лозунгов на основе трудов Гастева А.К., газета «Красноярский железнодорожник» опубликовала большую статью о Гастеве А.К. (подготовлена сотрудниками технической библиотеки), а также КрЦНТИБ издал серию лифлетов о Гастеве и его наследии.

## Технология подготовки и проведения МПО

Организация любого комплексного мероприятия включает в себя несколько этапов: подготовка, проведение, подведение итогов, оценка эффективности. Одним из важнейших аспектов является согласование интересов большого количества участников<sup>5</sup>, причем их тем больше, чем масштабнее мероприятие.

После нескольких лет работы сформировался следующий **порядок организации МПО**:

	Этап	Используемые БД <sup>6</sup>	Примечание
<b>Подготовка</b>			
1.	Получение заявки на проведение МПО, определение ответственных от заказчика и КрЦНТИБ, определение форм участия КрЦНТИБ	БД «Мероприятия»	Заявка с сайта; заявка по телефону, по электронной почте, личный контакт с заказчиком. План работы фиксируется в БД «Мероприятия»

<sup>5</sup> Брежнева В.В., Гиляревский Р.С. Информационное обслуживание. – СПб.:Профессия, 2012. – С. 231.

<sup>6</sup> В КрЦНТИБ для автоматизации всех технологических процессов используется САБ «Ирбис64», а также «Ирбис64. Полнотекстовые БД», «J-Ирбис».

	Этап	Используемые БД <sup>6</sup>	Примечание
2.	Выполнение подготовительных работ ответственными сотрудниками и заказчиком	БД «Мероприятия», БД «ОХК», БД «Электронный каталог» (ЭК), БД «Музей»	в БД «Мероприятия» каждый отв. сотрудник КрЦНТИБ отмечает степень готовности своего участка работы. Руководитель может в реальном режиме времени отслеживать общую ситуацию с подготовкой
3.	Рассылка предварительного приглашения участникам, размещение информации на сайте	БД «Клиенты»	Текст приглашения фиксируется в БД «Мероприятия»
<b>Проведение</b>			
4.	Организация вывоза-размещения-вывоза экспозиции МПО	–	КрЦНТИБ совместно с заказчиком
5.	Работа на мероприятии <sup>7</sup>	БД «Клиенты», БД «ЭК», сайт КрЦНТИБ	в случае отсутствия сети Интранет ОАО «РЖД» используется локальная версия САБ «Ирбис» на ноутбуке
<b>Подведение итогов, оценка эффективности</b>			
6.	Работа с клиентами по окончании мероприятия: рассылка информационных писем, подписка на дистанционные формы инф.обслуживания, рассылка фотографий, сбор отзывов, анкетирование	БД «Мероприятия», БД «Клиенты», БД «ЭК»	в случае, если использовалась локальная версия САБ «Ирбис», производится перенос данных в основные БД. Клиенту ставится посещение мероприятия в АРМ «Книговыдача» с помощью БД «Мероприятия»
7.	Отчет о работе мероприятия вводится в БД «Мероприятия», подключаются фото, видео-файлы, публикации в прессе, вносятся отзывы участников. Формируются выходные формы с различными аналитическими данными по мероприятию для руководителя	БД «Мероприятия»	В БД «Мероприятия» запись на мероприятие связана с другими БД (музейных предметов, ОХК, электронным каталогом, клиентов).
8.	Оценка эффективности использования услуг Центра сотрудниками, посетившими мероприятие	БД «Клиенты», БД «ЭК»	Через 2 месяца после мероприятия

Использование БД «Мероприятия» при подготовке и проведении МПО является «связующим звеном», позволяет создать план работы с распределением ответственности в формате базы данных. Это существенно облегчает контроль подготовки, проведения мероприятия и отчетности по результатам работы МПО (особенно в условиях распределенной по разным станциям КрасЖД филиальной сети). Получение аналитических данных по результатам МПО теперь может осуществляться в любое время за несколько минут. В дальнейших планах размещение анонсов о предстоящих и о проведенных МПО на сайте КрЦНТИБ с использованием записей БД «Мероприятия».

Анализ состава новых (привлеченных в 2013 году) клиентов показывает, что руководители (65%) и специалисты (51%) предпочитают дистанционные и внестационарные формы обслуживания, в то время как рабочие по-прежнему активно используют услугу книговыдачи печатных источников с посещением библиотеки.

<sup>7</sup> Это может быть как один час, так и несколько дней – в зависимости от программы мероприятия заказчика.

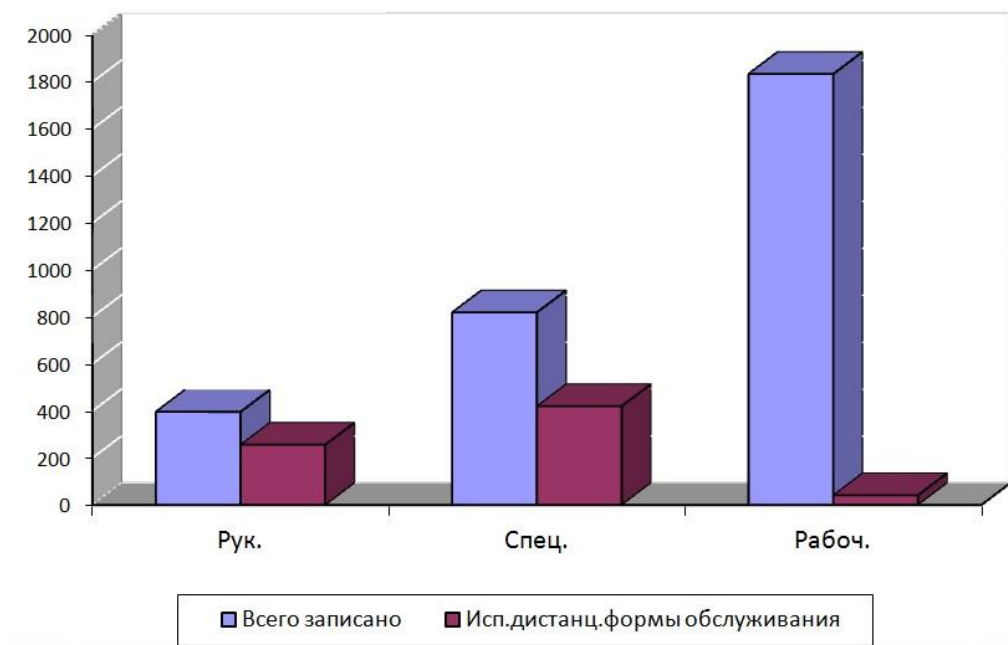


Рис. 2. Распределение состава новых клиентов по категориям по отношению к числу использующих дистанционные и внестационарные формы обслуживания.

## Выводы

МПО активно используются для сопровождения практически всех мероприятий, проводимых на дороге, дают сильный «обратный эффект»: привлекают новых клиентов, удерживают существующих, поднимают престиж Центра, его сотрудников и оказываемых ими информационных услуг. Для участников любого мероприятия МПО обеспечивают возможность повысить свою квалификацию и организовать интеллектуальный досуг во время перерывов. В случае, когда на самом мероприятии сотруднику КрЦНТИБ дается время для презентации продукции и услуг Центра, отклик участников значительно увеличивается. Заказчики охотно обращаются в КрЦНТИБ для обеспечения комплексной информационной поддержки, так как каждый МПО позволяет сделать запоминающимся и полезным не только само мероприятие, но и паузы в основной программе (время во время регистрации участников, кофе-брейки, обед). Благодаря личному общению с сотрудниками как технической библиотеки, так и музея, сотрудники дороги изменяют (зачастую предвзятое) мнение о технологиях и методах работы современных библиотекарей и музейщиков. Организаторы мероприятий, проводимых на дороге, высоко оценивают вклад КрЦНТИБ в их проведение и подготовку, поэтому используют МПО даже при проведении международных событий.

Опыт показал гораздо более высокую эффективность работы мобильных пунктов обслуживания не только перед выездными тематическими выставками, но и перед мобильными пунктами книговыдачи, так как такая «точка контакта» позволяет пользователю сразу получить комплекс услуг не только технической библиотеки, но и других подразделений Центра информации. МПО в одной точке совмещают PR-мероприятия сразу нескольких отделов КрЦНТИБ.

Преобразование классических библиотечных форм работы потребовало не только изменения технологии, но и серьезной «ломки» стереотипов профессионального поведения. Роль информационного аналитика, эксперта, который (несмотря на уникальность своих знаний и опыта) не должен сидеть «в башне из слоновой кости», а предлагать и рекламировать свои услуги, выходя для этого из привычного окружения, не сразу была принята всеми сотрудниками. Но во многом именно «эволюционность» изменений от выездной выставки к МПО (которая была вызвана отзывами клиентов) позволила коллективу морально подготовиться к новой роли – сотрудников современного информационного центра предприятия, представляющих Центр во всем многообразии его востребованных услуг: полезных, удобных, качественных, причем именно в том месте, где находится клиент.