

Сергій Кулицький,

кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського
Голосіївський просп., 3, Київ, 03039, Україна
e-mail: kulitskysp@ukr.net

**ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ
ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ
У СФЕРІ ЕКОНОМІКИ**

Інституційний потенціал наукової бібліотеки визначається як сукупність формальних і неформальних правил та процедур, згідно з якими бібліотека задовольняє інформаційні потреби різних категорій суб'єктів та українського суспільства загалом. Інституційний потенціал наукової бібліотеки реалізується через організацію її інформаційно-аналітичної роботи та конкуренцію бібліотеки з іншими інформаційними посередниками. У праці розглядаються конкурентні переваги наукової бібліотеки перед іншими інформаційними посередниками в процесі формування стратегічних комунікацій економіки. Запропоновано стратегії конкуренції великої наукової бібліотеки в створенні оглядових й аналітичних продуктів. Емпіричною базою дослідження є роботи, виконані в Національній бібліотеці України ім. В. І. Вернадського.

Ключові слова: аналітичний продукт, економіка, інститути, інституційний потенціал, інформація, конкуренція, наукова бібліотека, організаційно-виробничий потенціал, стратегічні комунікації.

Розвиток української економіки наразі відбувається у вельми складних зовнішніх і внутрішніх умовах. За таких обставин проблеми вдосконалення стратегії економічного розвитку нашої держави та пов'язаних з цим стратегічних комунікацій набувають особливого значення. Вагомий внесок у розв'язання зазначених проблем можуть зробити (а подекуди – вже роблять) наукові (великі універсальні) бібліотеки. Причому, як показує світовий досвід, дуже продуктивним у розв'язанні складних наукових і управлінських проблем може виявитись застосування для цього нетривіальних підходів. Зокрема, видається доцільним при дослідженні реального та потенційного внеску наукових бібліотек у формування стратегічних комунікацій української економіки застосувати інституційний підхід. Тобто, йдеться про дослідження участі бібліотек

у цьому процесі саме як суспільних (соціальних у широкому сенсі) інститутів. При цьому треба враховувати, що як синонім інститутів у фаховій літературі вживається також термін «інституції». Зазначена традиція зберігатиметься й у цій роботі.

Наприклад, лауреат Нобелівської премії з економіки (причому саме в галузі інституціональної економіки) Д. Норт визначає інституції, як «правила гри в суспільстві або, точніше, придумані людьми обмеження, які спрямовують людську взаємодію в певне річище. І, як наслідок, вони структурують стимули в процесі обміну – політичного, соціального чи економічного. Інституції зменшують невизначеність за допомогою структурування повсякденного життя» [1, с.12–13]. Відомий політолог Ф. Фукуяма визначає суспільні інститути як «стійкі моделі поведінки, створені у відповідь на потреби конкретного історичного часу» [2, с.16]. Подібне тлумачення суті інститутів (інституцій) подається іншими науковцями [3, с.25, 150; 4, с.137]. Причому коли йдеться про інститути як правила, стійкі моделі поведінки, то йдеться як про офіційні (правові норми), так і про неофіційні (звичаї, кодекси поведінки) інститути [1, с.12].

Суть інституційних теорій полягає в дослідженні впливу згадуваних вище інститутів (інституцій) на перебіг процесів у різних сферах суспільної активності – в економіці, політиці, культурі тощо. При цьому вчені наголошують, що розвиток суспільних інститутів нерозривно пов'язаний з діяльністю відповідних організацій. Наприклад, той же Д. Норт зазначає: «Те, як організації виникають і розвиваються, здебільшого визначається інституційною основою. Організації створюються з певною метою внаслідок сукупності можливостей, породжених існуючою сукупністю обмежень ... і під час спроб досягти своїх цілей стають головними рушіями інституційних змін» [1, с.12–13].

Тобто, діяльність організацій доволі часто розглядається як втілення функціонування інститутів, форма їх, так би мовити, унаочнення. По суті, суспільні (соціальні, політичні, економічні, культурні тощо) інститути одночасно можуть розглядатись у двох аспектах: як умови, складова функціонування суспільних процесів і як організації, через діяльність яких ці процеси реалізуються. Причому саме такий подвійний аналіз може виявитись найбільш результативним з науково-практичних позицій.

Однією з організаційних форм втілення інституту інформаційної діяльності суспільства є бібліотеки. Відповідно до розвитку цього інституту розвиваються й бібліотеки. На сучасному етапі найбільші з них перетворюються на бібліотечно-інформаційні центри, здатні вирішувати

складні завдання інформаційно-аналітичного забезпечення життєдіяльності українського суспільства. Зокрема це стосується й формування стратегічних комунікацій у сфері вітчизняної економіки.

Тому закономірно постає питання щодо наявності в інформаційному просторі наукових робіт з цієї проблематики. Проведений аналіз показує, що праць, у яких розглянуто дотичні до теми цієї статті питання, загалом не так вже й мало. Доволі широкий перелік суттєвих ознак системи стратегічних комунікацій (здебільшого у сфері політики, військової справи та державного управління) подано в працях В. Ліпкана, Т. Попової, Г. Почепцова та С. Соловійова [5]. У деяких роботах досліджується інститут президентства в міжнародній інформаційній діяльності і, зокрема, діяльність Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського (НБУВ) в інформаційно-аналітичному забезпеченні інституту президентства в Україні [6, с.42–54].

До речі, останнім часом активізувались дослідження стратегічних комунікацій у плані інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек. Скажімо, М. Закіров аналізує явище стратегічних комунікацій як чинника сучасного історичного процесу [7], а в роботі С. Закірової проводяться певні історично-ретроспективні паралелі в сфері стратегічних комунікацій [8]. Водночас у праці Л. Чуприни розглянуто роль і значення аналітичної роботи на етапах розроблення і функціонування стратегічних комунікацій у державному управлінні [9]. Поряд з цим досвід бібліотечного інформаційно-аналітичного супроводу регіональних інституцій як складової розвитку стратегічних комунікацій проаналізовано в роботі О. Желай та І. Соболевої [10]. Щоправда, в згаданих роботах стратегічні комунікації у сфері економіки не стали предметом спеціального дослідження.

Водночас інституційні основи механізму економічної дипломатії України розглядаються в роботі К. Фліссака. Невід'ємною складовою цього механізму є інформаційно-аналітичне забезпечення економічної дипломатії [11, с. 197–220]. Але при цьому автор не пов'язує процес інформаційно-аналітичного забезпечення економічної дипломатії з відповідною діяльністю наукової бібліотеки, а також формуванням на цій основі стратегічних комунікацій в економічній сфері.

Отже, огляд фахових робіт показує, що ряд науковців, щоправда в інших контекстах, вивчали різні аспекти проблеми, якій присвячена ця праця. Але при цьому, наприклад, не приділялося достатньо уваги специфіці діяльності наукової бібліотеки саме як інформаційного інституту суспільства в економічній сфері його життєдіяльності. Загалом же в повному обсязі зазначена тема належним чином не досліджувалась.

Тому метою цієї праці є дослідження суті інституційного потенціалу наукової бібліотеки та механізмів його використання для формування стратегічних комунікацій у сфері економіки. Емпіричною базою для перевірки теоретичних положень і гіпотез слугував досвід і результати роботи Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського (НБУВ), насамперед Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади (СІАЗ).

У цій праці інституційний потенціал наукової бібліотеки визначається як сукупність формальних і неформальних правил та процедур, згідно з якими бібліотека, як одна з організаційних форм інформаційних посередників, задовольняє інформаційні потреби різних категорій суб'єктів та українського суспільства загалом. Тобто, це – доволі стійкі моделі корпоративної поведінки у сфері надання споживачам інформаційних продуктів та інформаційних послуг. Через те, що в роботі йдеться про роль наукової бібліотеки у формуванні стратегічних комунікацій у сфері економіки, то й досліджується отримання відповідних інформаційних продуктів та інформаційних послуг лише певними категоріями суб'єктів економічних відносин. Адже споживач за рахунок професійної діяльності інформаційного посередника отримує такий інформаційний продукт, який він не зміг би отримати іншим шляхом або мусив би для отримання аналогічного продукту витратити значно більше ресурсів, ніж він їх віддає інформаційному посереднику. Причому саме взаємозамінність інформації (інформаційних продуктів) породжує конкуренцію серед інформаційних посередників за споживачів інформації.

Оскільки наукова бібліотека є лише одним з видів інформаційних посередників, що задовольняє інформаційні потреби певних категорій суб'єктів економічних відносин, то проблеми використання її інституційного потенціалу треба розглядати в контексті конкуренції з іншими видами інформаційних посередників за увагу відповідних суб'єктів і контрактні стосунки з ними. По суті, йдеться про аналіз відносин конкуренції у сфері надання відповідних інформаційних продуктів та інформаційних послуг.

Водночас треба враховувати, що успішність різних інформаційних посередників, включно й наукових бібліотек, у сфері інформаційного забезпечення розвитку економіки залежить від того наскільки ефективно вони при цьому використовують власні конкурентні переваги. Тому визначення потенційних конкурентних переваг наукової бібліотеки в інформаційному забезпеченні української економіки і є невід'ємною складовою дослідження її інституційного потенціалу для формування відповідних стратегічних комунікацій.

Ряд фахівців визначають стратегічні комунікації як використання певними суб'єктами засобів комунікативного впливу на певних індивідів, організації держави. Тобто, вони акцентують увагу на функції зовнішнього впливу стратегічних комунікацій на середовище, у якому ці комунікації здійснюються: зв'язки з громадськістю, публічна дипломатія, інформаційні та психологічні операції тощо. Однак при цьому належної уваги, за деяким винятком, не приділяється умовам підготовки стратегічних комунікацій і, зокрема, їх змістовному наповненню.

З огляду на викладене, стратегічні комунікації національної економіки в цій праці розглядаються як інформаційно-аналітичні механізми та результати розробки і реалізації найважливіших загальнонаціональних планів, програм і заходів, спрямованих на довготривалий розвиток економіки, що ініційовані, координуються та регулюються органами державної влади і управління. Тобто, до категорії стратегічних варто відносити зовнішні та внутрішні комунікації національної економіки, значущі для розвитку її та суспільства загалом у довготривалому періоді. Такий підхід до функціонування стратегічних комунікацій дає змогу запобігти цілому ряду хиб, а також імовірних негативних наслідків недружнього інформаційно-психологічного впливу на них з боку якихось суб'єктів (держав, компаній, організацій тощо) [5, с. 202–203].

Наведена вище трактовка соціальних комунікацій є базою для визначення конкурентних переваг наукової бібліотеки. У процесі розв'язання проблем української економіки ці переваги наукової бібліотеки виступають як відносно кращі умови пропозиції відповідних інформаційних продуктів та (чи) інформаційних послуг. Їх досягають завдяки використанню інституційного потенціалу наукової бібліотеки. Зазначений потенціал проявляється в процесі взаємопов'язаного функціонування організаційно-виробничого потенціалу наукової бібліотеки та її конкурентних переваг порівняно з іншими інформаційними посередниками в задоволенні інформаційних потреб різних категорій споживачів.

Своєю чергою організаційно-виробничий потенціал наукової бібліотеки реалізується в наданні споживачам інформаційних продуктів та інформаційних послуг у процесі взаємопов'язаного функціонування бібліотечних фондів (разом з доступом до інформаційних матеріалів через Інтернет), кваліфікованих спеціалістів та відповідної бібліотечної інфраструктури. Ключовою ж складовою в забезпеченні функціонування цієї тріади є саме робота колективу фахівців наукової бібліотеки. Причому для оперативної підготовки високоякісних аналітичних матеріалів, скажімо з економічної проблематики, надзвичайно важливе

значення має маневрування в процесі роботи кадрами різної спеціалізації та кваліфікації. Так, на етапах пошуку та збору первинної (для майбутніх документів) інформації доцільно залучати колектив працівників саме з бібліотечною освітою. Вони добре розуміються на формальних ознаках різних інформаційних матеріалів і мають необхідну кваліфікацію для оперативного первинного опрацювання великих обсягів повідомлень та даних. Тому й залучення фахівців бібліотечного профілю на цих етапах, особливо коли треба швидко опрацювати великий масив повідомлень та/чи даних доцільніше, ніж залучення для пошуку та збору інформації економіста-аналітика. Останній на цьому етапі інформаційно-виробничого процесу повинен виконувати науково-методичні та консультаційні функції, контролювати якість зібраної інформації. Роботу з подальшого аналізу зібраних повідомлень та/чи даних і підготовки на їхній основі інформаційно-аналітичних матеріалів на економічну тематику повинен виконувати фахівець відповідного профілю.

Тобто, раціональна організація виробничого процесу в межах СІАЗ, що передбачає виконання робіт на різних стадіях інформаційно-аналітичного процесу залежно від кваліфікаційного рівня працівників, дає змогу створювати доволі значний перелік власних інформаційних продуктів за відносно нижчих витрат виробничих ресурсів у порівнянні з іншими інформаційними посередниками.

При цьому, як підкреслював корифей менеджменту П. Друкер, «постійна інноваційна діяльність має бути невід'ємною складовою аналітичної роботи відповідних фахівців». До того ж «аналітик повинен, з одного боку, постійно навчатися сам, а з іншого – навчати інших» [12, с. 191]. У нашому випадку це, наприклад, може проявитись у консультаційній допомозі з боку економіста-аналітика фахівцям з бібліотечною або іншою неекономічною освітою в процесі їх роботи з відповідними джерелами інформації. Тому в контексті наведеного вище варто додати, що потужною складовою конкурентної переваги наукової бібліотеки порівняно з іншими інформаційними посередниками в процесі формування стратегічних комунікацій у сфері економіки є її колективна інституційна пам'ять. Загалом пам'ять визначається як здатність певних суб'єктів накопичувати інформацію та в подальшому використовувати її. Причому в ролі таких суб'єктів можуть виступати окремі індивіди, ті чи ті соціальні групи (наприклад, колектив структурного підрозділу наукової бібліотеки) чи суспільство загалом.

Колективна інституційна пам'ять наукової бібліотеки у сфері інформаційно-аналітичної діяльності з будь-якої проблематики, в тому числі

й економічної, проявляється в цілому ряді інформаційно-виробничих процесів. Зокрема під час виконання робіт так чи інакше відбувається навчання працівників інформаційно-аналітичних підрозділів наукової бібліотеки, оскільки вони поєднують свої раніше накопичені теоретичні знання з розв'язанням нових і нових завдань. Особливо продуктивною є така спільна інформаційно-аналітична діяльність для отримання процедурних знань, які стосуються, наприклад, змістовних характеристик і відмінностей конкретних джерел інформації, які більше відповідають потребам підготовки того чи іншого інформаційно-аналітичного документа.

Колективна інституційна пам'ять також тісно пов'язана із сукупністю внутрішніх, часто неформальних комунікацій у колективі інформаційно-аналітичного підрозділу наукової бібліотеки, в процесі яких передаються навички та накопичений досвід між працівниками. Мережа таких внутрішніх комунікацій у колективі інформаційно-аналітичного підрозділу дає змогу виконавцям відповідних робіт швидко отримувати необхідні їм консультації колег із суміжних сфер знань. Це сприяє оперативній підготовці якісних аналітичних матеріалів.

Оцінюючи базу знань колективної інституційної пам'яті інформаційно-аналітичних підрозділів наукової бібліотеки як сховище масивів інформації, можна стверджувати, що вона є поєднанням задокументованих і незадокументованих джерел інформації. До першої категорії відносяться документи на друкованих та електронних носіях, які реально чи потенційно залучені до створення інформаційно-аналітичних матеріалів, включаючи спеціальні бази даних таких структурних підрозділів та інші раніше створені ними матеріали. До другої – професійні знання та навички працівників інформаційно-аналітичних підрозділів наукової бібліотеки. Підкреслимо, що через функціонування таких джерел знань колективної інституційної пам'яті в процесі створення відповідних інформаційних продуктів якраз і реалізується інституційний потенціал наукової бібліотеки як доволі стійкої моделі корпоративної поведінки, спрямованої на задоволення інформаційних потреб відповідних категорій споживачів.

На цьому тлі, після аналізу організаційно-виробничого потенціалу наукової бібліотеки, розглянемо іншу складову її інституційного потенціалу, пов'язану з конкуренцією бібліотеки з іншими інформаційними посередниками у формуванні стратегічних комунікацій української економіки. Для цього окреслимо потенційних та реальних споживачів відповідної бібліотечної інформації, розглянемо конкурентні позиції

наукових бібліотек в українському інформаційному просторі та визначимо найбільш конкурентоспроможні види інформаційних продуктів, які наукова бібліотека пропонує або може пропонувати для формування стратегічних комунікацій у сфері економіки.

Визначення стратегічних комунікацій пов'язує їх зі створенням інформаційних продуктів, які зорієнтовані на вирішення в довготривалій перспективі найважливіших питань розвитку національної економіки, певних її секторів і галузей. Утім, як на початку 2000-х років зазначали фахівці-практики в сфері інформаційно-аналітичної діяльності, основні замовники інформаційної продукції на українському ринку зацікавлені в розв'язанні завдань тактичного характеру. «В інформаційній сфері, таким чином, їх цікавлять переважно розробки прикладного значення. І від цього сегмента інформаційного ринку найближчим часом суспільство не зможе дочекатись суспільно значущого продукту стратегічного значення, фундаментальної аналітики, що має стати основою вітчизняного інформаційного ринку». Цим і був зумовлений їх «переважний інтерес саме до інформаційних продуктів оперативного призначення» [13, с. 234]. Тоді ж на фактичну пріоритетність короткотермінових завдань у практиці роботи органів державної влади і управління звертали увагу й фахівці в галузі державного управління. При цьому стверджувалось, що «основна увага приділяється не стільки глибині й оригінальності опрацювання проблем, скільки їхній оперативності й ефективності» [14, с.4, 112].

Однак останніми роками увага до стратегічних питань розвитку українського суспільства, в тому числі економіки, зростає. Це підтверджується збільшенням числа документів, які підготовлені органами державного управління, як-от: «Стратегія монетарної політики Національного банку України», «Стратегія фінансового сектора України до 2025 року» та ін. Про зростання уваги фахівців до розвитку стратегічних комунікацій говорить і збільшення числа відповідних публікацій, які згадувалися вище.

У зв'язку з цим зупинимось на питанні конкуренції наукової бібліотеки з іншими інформаційними посередниками за споживачів інформації з проблем стратегічних комунікацій у сфері економіки. Успішність різних інформаційних посередників у цій сфері залежить від того, наскільки ефективно вони використовують свої конкурентні переваги. Ці переваги виступають як кращі умови пропозиції відповідних інформаційних продуктів та/чи послуг.

Тому й основні положення теорії конкуренції, напрацьовані на підставі досвіду функціонування ринків конкретних товарів і послуг, можуть

бути застосовані до предмета цього дослідження. Виходячи з розуміння конкуренції як змагального процесу, ключові положення теорії конкуренції можна застосовувати і до ситуації, коли відповідні інформаційні продукти та послуги надаються користувачам науковими бібліотеками безкоштовно, а діяльність цих наукових бібліотек фінансується за рахунок бюджетних коштів. Для цього лише коригуються деякі положення теорії конкуренції.

Так, згідно з названою теорією, конкуренція між учасниками ринку за асортиментом продукції може охоплювати вузьку чи широку сферу певного ринку. Одні суб'єкти виходять на ринок із пропозицією невеликого переліку товарів, іноді лише одного виду товару, маючи перед собою вузьку ціль у сфері конкуренції. Інші суб'єкти пропонують ринку широкий асортимент товарів, відповідно маючи перед собою широкий набір цілей у сфері конкуренції.

Інша важлива змінна, якою оперує теорія конкуренції, стосується економічних механізмів, за рахунок яких власне і досягаються конкурентні переваги в певній галузі, на певному ринку. Йдеться про два основні види конкурентних переваг: за рахунок відносно нижчих витрат на виробництво товарів чи за рахунок диференціації пропозиції. Відносно менші витрати на виробництво товарів дозволяють виробникові зменшити ціни на них порівняно з аналогічною пропозицією конкурентів, збільшуючи таким чином свої прибутки. Диференціація, наголошує М. Портер – «це здатність забезпечити покупця унікальною та більшою цінністю у формі нової якості товару, його особливих споживчих властивостей чи післяпродажного обслуговування...». Тобто, залежно від сфери конкуренції та виду конкурентних переваг, можна виділити чотири наступні типові стратегії конкуренції.

Стратегія зосередження на витратах передбачає відносно нижчі витрати на виробництво товару у вузькій сфері конкуренції. За відносно нижчих витрат на виробництво товару, але вже в широкій сфері конкуренції матиме місце стратегія конкуренції, яку фахівці називають «лідерство за рахунок економії на витратах». Стратегія сфокусованої диференціації передбачає пропозицію унікальних за своїми якісними характеристиками товарів у відносно вузькій сфері конкуренції. А конкурентна стратегія в широкій сфері на основі пропозиції унікальних за своїми якісними характеристиками товарів отримала назву «стратегії диференціації» [15, с. 55–58].

Виходячи із суті економічної стратегії як такої, то критеріями до відбору інформації для формування стратегічних комунікацій буде значу-

щість тих чи тих об'єктів для української економіки та довготерміновий характер процесів, пов'язаних з функціонуванням та розвитком таких об'єктів. І таку інформацію бібліотека може надати. Суб'єкти економіки у великій науковій бібліотеці можуть одночасно користуватись різноманітними текстовими та статистичними матеріалами на паперових та електронних носіях. Отже, інформаційні послуги великої наукової бібліотеки незамінні при проведенні кабінетних досліджень.

Результатом кабінетних досліджень можуть бути унікальні інформаційні продукти. Так, досвід компанії Daimler-Benz Aerospace показує, що традиційні методи прогнозування в деяких високотехнологічних галузях промисловості себе не виправдали. Тому ця компанія була змушена перейти до аналізу сценаріїв, які дають уявлення про альтернативні варіанти розвитку ситуації у сфері її діяльності на далеку перспективу. Це пов'язано з тим, що промислові цикли в авіабудуванні «складають понад 25 років й прогнозувати потребу в літаках на такий довгий термін практично неможливо» [16]. Причому фахівці наголошують, що джерелам текстової інформації належить вирішальна роль у розробці системи стратегічної та перспективної інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень на підприємстві [17, с. 225–242; 18, 44–45, 107]. Багато такої інформації можна отримати саме в науковій бібліотеці.

Організаційно-виробничий потенціал НБУВ дає їй змогу виробляти високоякісні власні інформаційно-аналітичні матеріали з меншими питомими витратами ресурсів, ніж стороннім фахівцям при користуванні фондами НБУВ або ж інформаційним посередником-конкурентам. Тому коротко зупинимось на підготовці в СІАЗ НБУВ таких матеріалів для органів державної влади, які цілком придатні для формування стратегічних комунікацій української економіки. Свідченням такої придатності є значимість для національної економіки об'єктів, що досліджувались і орієнтація цих досліджень на перспективу, їх проблемно-прогностичний характер.

Приміром, в СІАЗ НБУВ готувались аналітичні матеріали з економічних аспектів гібридної війни Росії проти України, проблем трансформації української зовнішньої торгівлі, розвитку ринку праці в Україні, з питань поточного стану, проблем і перспектив розвитку газової промисловості, чорної металургії, продовольчого та оборонно-промислового комплексів, фінансового сектора України тощо.

Досвід СІАЗ НБУВ показує, що за нинішніх умов у сфері пропозицій науковою бібліотекою інформаційних продуктів власного виробництва для формування стратегічних комунікацій української економіки можуть бути прийнятними різні конкурентні стратегії, залежно від характеру

пропонованого користувачам інформаційного продукту – оглядового чи аналітичного. Для оглядових матеріалів з доволі широкого кола питань суспільної тематики, включаючи й економічну, конкурентоспроможною можна вважати стратегію лідерства за рахунок економії на витратах. Адже вряд чи багато інформаційних структур в Україні здатні регулярно продукувати аналогічний спектр продуктів оглядового характеру з меншими питомими витратами ресурсів, ніж у СІАЗ та інших інформаційно-аналітичних підрозділах НБУВ.

Щодо матеріалів аналітичного характеру, то їх створення (при однаковому обсязі інформаційних продуктів) потребує значно більших витрат ресурсів, особливо висококваліфікованої робочої сили, ніж створення оглядових матеріалів. Тому, за наявних у розпорядженні НБУВ ресурсів, цілком прийнятна конкурентна стратегія сфокусованої диференціації, яка фактично й застосовується. Вона полягає в створенні аналітичних матеріалів з відносно обмеженого кола питань на економічну й суміжну тематику.

Проте для підготовки НБУВ значно ширшого спектра аналітичних продуктів для формування стратегічних комунікацій вітчизняної економіки потрібно радикально збільшити фінансування інформаційно-аналітичної діяльності НБУВ. Тільки тоді у виробництві власних інформаційних продуктів аналітичного характеру НБУВ зможе перейти до конкурентної стратегії диференціації при формуванні стратегічних комунікацій української економіки.

Список бібліографічних посилань

1. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки. Київ : Основи, 2000. 198 с.
2. Фукуяма Ф. Політичний порядок і політичний занепад. Від промислової революції до глобалізації демократії. Київ : Наш формат, 2019. 608 с.
3. Радаев В. В. Экономическая социология. М. : Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2008. 602 с.
4. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 2-е изд., исправ. М.: ИНФРА-М, 1998. 479 с.
5. Кулицький С. Аналітична робота бібліотеки як засіб ідентифікації, верифікації та позиціонування стратегічних комунікацій національної економіки. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2019. Вип. 52. С. 199–214. <https://doi.org/10.15407/np.52.199>.

6. Національні інформаційні ресурси як інтегративний чинник вітчизняного соціокультурного середовища : монографія / О. С. Онищенко та інш.; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ : НБУВ, 2014. 296 с.
7. Закіров М. Стратегічні комунікації у сучасному світі. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2019. Вип. 52. С. 24–34. <https://doi.org/10.15407/np.52.024>.
8. Закірова С. Інститути прямої демократії у конструкті комунікаційних процесів і стратегічних комунікацій (історично-ретроспективні паралелі). *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2019. Вип. 53. С. 227–241. <https://doi.org/10.15407/np.53.227>.
9. Чуприна Л. Особливості інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2019. Вип. 52. С. 185–198. <https://doi.org/10.15407/np.52.185>.
10. Желай О., Соболева І. Бібліотечний інформаційно-аналітичний супровід регіональних владних інституцій як важлива складова розвитку стратегічних комунікацій: досвід СІАЗ і НЮБ НБУВ. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2019. Вип. 53. С. 107–118. <https://doi.org/10.15407/np.53.107>.
11. Фліссак К. А. Економічна дипломатія у системі забезпечення національних інтересів України. Тернопіль : Новий колір, 2016. 812 с.
12. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. М. : Вильямс, 2000. 272 с.
13. Горовий В. М. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства. Київ : НБУВ, 2005. 300 с.
14. Дегтяр А. О. Державно-управлінські рішення: інформаційно-аналітичне та організаційне забезпечення. Харків : Магістр, 2004. 224 с.
15. Портер М. Международная конкуренция. М. : Междунар. отношения, 1993. 896 с.
16. Тессэн Ф. Анализ сценариев и системы раннего предупреждения в компании Daimler-Benz Aerospace. В кн.: Конкурентная разведка. Уроки из окопов / под ред. Дж. Е. Прескотта и С. Х. Миллера. М. : Альпина Паблишер, 2003. С. 275–289.
17. Хант Ч., Зартарьян В. Разведка на службе вашего предприятия. Киев : Укрзакордонвизасервис, 1992. 160 с.
18. Доронин А. И. Бизнес-разведка. М. : Ось-89, 2003. 384с.

References

1. Nort, D. (2000). Instytutsii, instytutsijna zmina ta funktsionuvannia ekonomiky [Institutions, Institutional Change and Economic Performance]. Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].
2. Fukuiama, F. (2019). Politychnyj poriadok i politychnyj zanepad. Vid promyslovoi revoliutsii do hlobalizatsii demokratii [Political Order and Political Decay: From the Industrial Revolution to the Globalization of Democracy]. Kyiv: Nash format [in Ukrainian].
3. Radaev, V. V. (2008). Jekonomicheskaja sociologija [Economic Sociology]. Moscow: Izd. Dom GU VShJe [in Russian].
4. Raizberg, B. A., Lozovskii, L. Sh., Starodubtceva, E. B. (1998). Sovremenni ekonomicheskii slovar [Modern Economic Dictionary]. Moscow: INFRA-M [in Russian].
5. Kulytskyj, S. (2019). Analitychna diialnist biblioteki iak zasib identyfikatsii, veryfikatsii ta pozytsionuvannia stratehichnykh komunikatsij natsionalnoi ekonomiky [Analytical activity of the library as a means of identification, verification and positioning of strategic communications of the national economy]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 52, pp. 199–214. <https://doi.org/10.15407/np.52.199>. Kyiv [in Ukrainian].
6. Onyschenko, O. S., Horovyj, V. M., Popyk, V. I. et al. (2014). Natsionalni informatsijni resursy iak intehratyvnyj chynnyk vitchyznianoho sotsiokulturnoho seredovyscha [National Information Resources as an Integrative Factor of the Domestic Socio-Cultural Environment]. Kyiv [in Ukrainian].
7. Zakirov, M. (2019). Stratehichni komunikatsii u suchasnomu sviti [Strategic communications in the modern world]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 52, pp. 24–34. <https://doi.org/10.15407/np.52.024> [in Ukrainian].
8. Zakirova, S. (2019). Instytuty priamoj demokratii u konstrukti komunikatsijnykh protsesiv i stratehichnykh komunikatsij (istorychno-retrospektyvni paraleli) [Institutes of direct democracy in the construct of communication processes and strategic communications (historical-retrospective parallels)]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 53, pp. 227–241. <https://doi.org/10.15407/np.53.227> Kyiv [in Ukrainian].
9. Chupryna, L. (2019). Osoblyvosti informatsijno-analitychnoho

suprovodu stratehichnykh komunikatsij [Features of information-analytical support of strategic communications]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 52, pp. 185–198. <https://doi.org/10.15407/np.52.185> [in Ukrainian].

10. Zhelaj, O., Sobolieva, I. (2019). Bibliotechnyj informatsijno-analitychnyj suprovid rehionalnykh vladnykh instytutstij iak vazhlyva skladova rozvytku stratehichnykh komunikatsij: dosvid SIAZ i NYuB NBUV [Library information and analytical support of regional power institutions as an important component of strategic communications development: the experience of SIAS and NUB NBUV]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 53, pp. 107–118. <https://doi.org/10.15407/np.53.107> [in Ukrainian].

11. Flissak, K. A. (2016). Ekonomichna dyplomatiia u systemi zabezpechennia natsionalnykh interesiv Ukrainy [Economic Diplomacy in the System of Ensuring the National Interests of Ukraine]. Ternopil: Novyj kolir [in Ukrainian].

12. Drucker, P. F. (2000). Zadachi menedzhmenta v XXI veke [Management Challenges for the 21st Century]. Moscow: Izdatelskij dom «Viljams» [in Russian].

13. Horovyj, V. M. (2005). Osoblyvosti rozvytku sotsialnykh informatsijnykh baz suchasnoho ukrainskoho suspilstva [Features of Development of Social Information Bases of Modern Ukrainian Society]. Kyiv: NBUW [in Ukrainian].

14. Diehtiar, A.O. (2004). Derzhavno-upravlinski rishennia: informatsijno-analitychne ta orhanizatsijne zabezpechennia [State-administrative Decisions: Information-Analytical and Organizational Support]. Kharkiv: Vyd-vo KharRI NADU «Mahistr» [in Ukrainian].

15. Porter, M. E. (1993). Mezhdunarodnaja konkurencija [The Competitive Advantage of Nations]. Moscow: Mezhdunarodnye otnoshenija [in Russian].

16. Tessen F. (2003). Analiz scenarijev i sistemy rannego preduprezhdenija v kompanii Daimler-Benz Aerospace [Scenario Analysis and Early Warning Systems at Daimler-Benz Aerospace]. *Konkurentnaja razvedka: Uroki iz okopov – Proven Strategies in Competitive Intelligence: Lessons from the Trenches*, pp. 275–289. Moscow: Alpina Publisher [in Russian].

17. Hant, Ch., Zartarjan, V. (1992). Razvedka na sluzhbe vashego predprijatija [Intelligence in the Service of your Company]. Kiev: Ukrzakordonviza-servis [in Russian].

18. Doronin, A. I. (2003). Biznes-razvedka [Competitive Intelligence]. Moscow: Izdatelstvo «Os-89» [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 05.01.2020.

Sergii Kulytskyi,

PhD (Economics), Senior Researcher, Assistant Professor,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

3 Holosiivskiy Ave., Kyiv 03039, Ukraine

e-mail: kulitskysp@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5388-1807>

Scientific Library Institutional Potential in Forming Strategic Communications in the Field of Economy

Institutional potential of a scientific library is defined as a set of formal and informal rules and procedures according to which library satisfies the information needs of different categories of subjects and Ukrainian society as a whole. Institutional potential of a scientific library is realized through the organization of its information-analytical work and the competition of the library with other information intermediaries. After all, the interchangeability of information products creates competition among information intermediaries for consumers of information. The article deals with the competitive advantages of the scientific library over other information intermediaries in the process of forming strategic communications in the field of economy. The exceptional importance of highly skilled workers and the team manner for accomplishing information and analytical work as scientific library competitive advantages in the information space of Ukraine are substantiated. It is practically proved that under the current conditions, a scientific library could accept different competitive strategies, depending on the review or analytical nature of its own information product it offers users to form strategic communications of the Ukrainian economy. The competition strategies of a large scientific library in the creation of review and analytical products are offered. The empirical basis of the research are the works performed by researchers of the V. I. Vernadsky National Library of Ukraine. The main factor limiting the use of the institutional potential of the scientific library is the amount of financial resources could spent on its information and analytical activities.

Keywords: analytical product, economy, institutes, institutional potential, information, competition, scientific library, organizational and production potential, strategic communications.