

А.А. Жилкибекова, Т.К. Алкенова

Взаимодействие читателя и библиотеки: маркетинговое исследование

Аннотация. В статье представлены результаты маркетингового исследования, проведенного специалистами отдела развития библиотек Павлодарской областной универсальной научной библиотеки им. С. Торайгырова. Цель исследования – изучение мнения об эффективности предоставляемых библиотекой услуг. Были выявлены информационные потребности читателей и их мнение об эффективности библиотечных услуг, определено место библиотеки в жизни сообщества, проанализирована степень удовлетворенности читателей организацией работы библиотеки и качеством библиотечного обслуживания, определены приоритеты деятельности библиотеки на перспективу. Делается вывод о том, что библиотека нужна горожанам не просто как книгохранилище, но и как информационный и досуговый библиотечный центр, куда приходят не только за книгами, а также за общением и культурным отдыхом. Полученная в ходе социологического опроса информация может быть использована для определения перспектив развития библиотечного дела и дальнейшего совершенствования обслуживания читателей.

Ключевые слова: библиотека, Павлодар, маркетинговое исследование, социологический опрос, читатель, библиотечная услуга, потребности читателя, пользователь библиотеки, спрос на библиотеку, библиотечно-информационное обслуживание.

Главная библиотека Павлодарского Прииртышья – Павлодарская областная универсальная научная библиотека (ПОУНБ) им. С. Торайгырова – расположена в самом сердце Павлодара, на центральной набережной, самой длинной в Казахстане. Чувствуется необычная атмосфера этого места, которое заставляет сердца биться быстрее. Красивая река Иртыш, природа, чистый воздух...

В библиотеке можно найти практически все – от свежего номера газеты до произведений лауреатов Нобелевской премии. ПОУНБ является крупнейшим книгохранилищем региона и входит в число наиболее динамично развивающихся региональных библиотек Казахстана.

**Айнагуль
Айтжановна
Жилкибекова,**
Павлодарская
областная
универсальная
научная
библиотека
им. С. Торайгырова,
отдел развития
библиотек,
руководитель
Академика Сатпаева ул., д. 104,
Павлодар, 140000, Республика Казахстан
магистр библиотечно-информационных ресурсов
E-mail: aina284@mail.ru



**Татигуль
Кенесбаевна
Алкенова,**
Павлодарская
областная
универсальная
научная
библиотека
им. С. Торайгырова,
методист
Академика Сатпаева ул., д. 104,
Павлодар, 140000, Республика Казахстан
E-mail: tatigul_74@mail.ru





Павлодарская областная универсальная научная библиотека им. С. Торайгырова

Как и в любой современной библиотеке, сотрудники Павлодарской ПОУНБ ищут способы качественно и результативно информировать население Павлодарского региона о современных ресурсах и услугах библиотеки, применяют оптимальные формы и методы работы для повышения влияния библиотеки, привлечения новых пользователей, чтобы внести весомый вклад в развитие культуры и чтения.

Процесс осознания каждым сотрудником предназначения библиотеки в обществе, поиск идей, видение перспектив ее развития, а также формирование современного образа библиотеки давно стали профессиональной позицией всех специалистов. Ведь отсутствие новых идей – показатель неблагополучия коллектива. И только от нас, библиотекарей, зависит и высокий общественный престиж библиотеки, и удовлетворение от собственной работы. Понять, что именно сегодня необходимо пользователю, узнать, как стать ему нужными, очень важно.

В этом аспекте социологические, маркетинговые исследования являются незаменимым источником информации, позволяющим учесть образовательные, информационные и культурные потребности населения, «выстроить» надлежащие отношения с местными органами власти и управления, привлечь внимание и финансовую поддержку спонсоров, меценатов, определить место библиотеки на рынке библиотечно-информационных услуг и, с учетом всех этих об-

стоятельств, сформировать миссию библиотеки и ее имидж в глазах читателей.

Возможно, данное исследование нельзя отнести к научным, оно скорее маркетинговое. Его проводили среди тех, кто пришел в библиотеку, посетил ее сайт или подписан на библиотеку в социальной сети, т. е. тех, кто уже так или иначе является пользователем библиотечных услуг. Но одной из главных задач библиотек сегодня является привлечение новых пользователей.

Предмет исследования – выявление информационных потребностей читателей для совершенствования организации обслуживания пользователей. Цель – изучение

мнения об эффективности предоставляемых библиотекой услуг.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- определить место библиотеки в жизни общества;
- проанализировать степень удовлетворенности читателей организацией работы библиотеки, качеством библиотечного обслуживания;
- выявить тенденции развития информационных потребностей населения;
- определить приоритеты деятельности библиотеки на перспективу.

Анкета состояла из 14 вопросов: на некоторые были предложены готовые варианты ответов, на часть вопросов респонденты должны были сформулировать ответ самостоятельно (читательский стаж, мотивация обращения в библиотеку, оценка работы в целом, фонды и их доступность, современное оборудование, комфорт и уют, компетентность, внимательность библиотекарей, участие респондента в библиотечных мероприятиях, отношение к культурно-массовым мероприятиям библиотеки). Предлагалось выразить, как респонденты представляют библиотеку будущего.

Читательский стаж респондентов: 43,3% – до 10 лет, 56,7% – более 10 лет. Результаты говорят о том, что большинство людей сохраняют преданность библиотеке, являются ее постоянными пользователями, причем читатели активно посещают библиотеку:

- 1 раз в неделю – 34,8%;
- 2 раза в неделю – 30,2%;
- 1 раз в месяц – 20,2%;
- другое – 14,8%.

Особый интерес представляли ответы читателей, раскрывающие отношение к библиотеке: «Лично для Вас библиотека – это...». Спрос на информацию является основным мотивом обращения. Так, источником информации и знаний библиотеку назвали 71,4% респондентов. Но книги и чтение – не единственное, что привлекает людей: храмом культуры библиотеку считают 20,7%, центром межличностного общения – 17,1% ответивших.

На вопрос «С какой целью Вы приходите в библиотеку?» однозначные ответы дал каждый второй респондент. У читателей при посещении библиотеки есть конкретная цель. Среди вариантов ответов были такие: «прихожу за советом», «люблю читать», «мне здесь хорошо и спокойно». Распределение ответов превышает 100%, так как респонденты отмечали не одну, а несколько позиций:

- для удовлетворения интересов по увлечениям – 25%;
- с целью самообразования – 23,1%;
- для знакомства с новинками литературы – 21,8%;
- за литературой в помощь учебе – 15,1%;
- для пополнения профессиональных знаний – 13,3%.

Как видим, основной мотив посещения – деловой, т.е. потребность в информации, связанной с получением новых знаний, – это первые три позиции, каждый четвертый приходит в библиотеку для знакомства с новинками. Учеба, отдых, развлечение и удовольствие – одни из главных мотивов чтения, выявленных в результате исследования.

Далее мы предложили читателям ответить на вопрос «Как Вы чувствуете себя в библиотеке?». Большая часть респондентов (74,6%) ответили: «очень люблю ходить в библиотеку и общаться», «меня здесь ждут» и т.д. Обстановка в библиотеке не имеет значения для 18,1% респондентов. Это в основном читатели в возрасте от 16 до 25 лет. Но есть и небольшая доля читателей, которые чувствуют себя в библиотеке непрошеным гостем, «неуютно» в библиотеке 0,8% опрошенных.

Значительное большинство пользователей предпочитает обращаться к библиотекарю



Прикладное искусство казахов. Библионочь-2023

(72,1%), 11,9% пользуются доступом в Интернет, 7,9% – электронным каталогом, самостоятельно ищут то, что интересует, – 8,1%. Приятно, что библиотекарь так востребован, но вместе с тем полученные данные наглядно показывают, что библиотекам есть над чем работать в плане предоставления читателям более полной информации о библиотечных услугах, проводимых мероприятиях, клубах и кружках.

С чувством удовлетворения уходят из библиотеки 86,5% читателей и лишь 4,9% – с чувством разочарования («если нет нужной литературы»). Вариант ответа «с хорошим настроением», «с желанием еще раз вернуться», «с новыми знаниями» дали 8,6% респондентов.

Самая важная часть нашей работы – то, как нас оценивают пользователи, замечают ли они перемены в деятельности библиотеки, знают ли о наших достижениях и успехах? И, как выяснилось, знают и замечают: почти три четверти опрошенных из числа читателей отмечают изменения к лучшему в нашей работе за последний год. Ответы на вопрос «Как работает библиотека в последний год?» распределились так: лучше – 68,1%; хуже – 0,3%; ничего не изменилось – 15,2%; трудно сказать – 16,4%. Улучшение в работе библиотеки отмечает подавляющее большинство респондентов: «больше стало поступать новых книг», «изменился интерьер», «ста-



Осенний бал в областной библиотеке

ло уютнее», «появились интересные выставки», «стали разнообразнее массовые мероприятия», «увеличился диапазон услуг», «улучшилось качество обслуживания», «стало больше различных форм работы с молодежью» и т. д.

Библиотека как информационный центр старается формировать у читателей творческие, интеллектуальные способности, обеспечивать духовные потребности. Очень высоко оценили читатели профессиональные качества библиотекарей, отношение работников библиотеки к читателям, оперативность обслуживания.

Культурно-досуговая деятельность играет важную роль в работе библиотеки, поэтому не случайно 66,4% респондентов на вопрос «Хотели бы Вы посещать массовые мероприятия?» ответили утвердительно.

Результаты исследования подтверждают необходимость проведения разнообразной и активной досуговой деятельности, выбирая наиболее актуальные и интересные темы, используя нестандартные формы работы, чтобы привлечь и те 27% читателей, которые ответили отрицательно на этот вопрос. Самое частое объяснение – «нет времени», «не получается». Наверное, и этих читателей можно «завлечь» на мероприятия с помощью более широкой рекламы услуг библиотеки. Потому что даже те, кто отвечали, что не хотели бы посещать массовые мероприятия, активно отмечали в анкете интересные для них темы таких встреч.

Выяснилось, что пользователям интересны творчество местных писателей и поэтов – 27,9%, выставки художников и фотографов, которые проходят в галерее «Айна» Павлодарской ОУНБ – 20,0%, краеведение – 23,0%, история Казахстана – 21,4%, искусство – 15,3%, экология – 13,2%. Помимо названных в анкете, читатели предлагали и свои темы массовых мероприятий: психология, пропаганда здорового образа жизни, новые тренды в музыке.

На вопрос «Знаете ли Вы, какие клубы по интересам работают в библиотеке?» 39,3% респондентов ответили отрицательно. Вероятно, они недостаточно информированы о деятельности многочисленных клубов и кружков.

Мы предположили, что у всех участников опроса, вне зависимости от того, посещают они нашу библиотеку или нет, есть определенные ожидания от посещения, однако также имеется опыт не оправдавшихся ожиданий. Этот вопрос освещает те негативные факторы, с которыми нам необходимо бороться в нашей работе. Что же в первую очередь разочаровывает реальных и потенциальных пользователей при посещении библиотеки? Это видно из ответов на вопрос «Ожидания при посещении библиотеки не оправдываются, если...»:

- нет в наличии нужной книги или журнала – 32,5%;
- не найдена нужная информация или же отсутствует в достаточном объеме – 28,9%;
- другое – 23,8%;
- потрачено много времени на получение информации – 12,9%;
- не ответили на вопрос – 1,9%.

«Какой должна быть библиотека, чтобы стать привлекательной именно для Вас?» Большая часть респондентов отметили, что это доброжелательная атмосфера, качественный книжный фонд, стильный интерьер, площадка для взаимодействия активных людей.

Нам было очень важно получить от пользователей ответ на вопрос «Что бы Вы в первую очередь предложили библиотеке для ее развития и продвижения?». Мы исключили в анкете вариант «другое» и предложили следующие позиции:

- проводить больше креативных мероприятий с целью привлечения молодых читателей;
- давать больше рекламы о своей деятельности, услугах;
- активно и оперативно пополнять фонд новинками книжного рынка;
- участвовать в масштабных городских акциях;
- проводить такие акции, как «Библионочь», «Библиотека под открытым небом», «Игротека в библиотеке» «Читающий город», «Читающий трамвай, автобус, такси», молодежные флешмобы (вопрос предполагал только один вариант ответа, однако некоторые отметили несколько позиций).

Итак, мы видим, что от нас хотят больше мероприятий (в том числе нетрадиционных акций) и больше информационной рекламы (о том, как мы работаем, что предлагаем). Интересно, что не так много голосов было отдано за оперативное пополнение фонда, хотя понятно, что и эта задача является для нас одной из приоритетных.

В результате проведенного анкетирования были выявлены проблемы, волнующие читателей, их интересы, информационные потребности. Предложения заслуживают внимания, многое из того, что предложили респонденты, несомненно, будет способствовать улучшению деятельности библиотеки. Необходимо найти способы информировать общество о современных ресурсах и услугах библиотеки, определить наиболее оптимальные формы и методы работы для повышения влияния библиотеки, привлечь новых пользователей, способствовать развитию культуры и чтения.

Информация, полученная в ходе социологической деятельности, творчески перерабатывается и используется для определения перспектив развития библиотечного дела в Павлодарской области и дальнейшего совершенствования обслуживания читателей.

Главный вывод нашего исследования таков: библиотека нужна нашим горожанам не просто как книгохранилище, но и как информационный и досуговый библиотечный центр, куда приходят не только за книгами, но и за общением и культурным отдыхом. Нужны наши мероприятия, активные публикации о нас и нашей работе – все это не остается без внимания населения. А хорошее библиотечное обслуживание и качественные, интересные мероприятия немыслимы без обратной связи с жителями Павлодарского Прииртышья.



Открытие уголка Индии в ОУНБ. 15.11.2023 г.

Для достижения этих индикаторов главная библиотека Павлодарского региона реализует сегодня интересные проекты и программы: «Драгоценное сокровище», «Книга и писатель», «Вечерняя библиотека», «Свекровь и невестка», молодежный проект Business Community («Деловое сообщество»), фестиваль изобразительного искусства «ПавлоАрт», социальный проект «Открытая библиотека», «Библиотека – центр культуры и досуга», «Библиотека и краеведение», «Живая библиотека», «Школа маленького читателя» и многие другие. В библиотеке функционируют любительские объединения, клубы и кружки (всего 24 названия).

Сейчас библиотеку трудно представить без интерактивной виртуальной среды, ее огромных возможностей; имеется 11 электронных ресурсов по краеведению: «Литературная карта Павлодарского Прииртышья», «Созвездие имен», «Цифровой банк печати Павлодарской области», казахстанско-российский ресурс «Встречи на границе» и др. Сегодня эффективная информационная площадка – это социальные медиа. Присутствие Павлодарской ОУНБ им. С. Торайгырова в различных социальных сетях позволяет более результативно привлекать интернет-читателя, расширять границы библиотеки, выходить за пределы ее физической сущности и библиотечного сайта.

Иллюстрации предоставлены авторами