

Тетяна КОВАЛЬ

Читач універсальної бібліотеки в системі бібліотечно-інформаційних послуг

У статті висвітлено результати бібліотечного маркетингового дослідження (2001–2002), об'єктом якого стали основні читачькі групи НБУВ. На великому фактичному матеріалі (анкетне опитування респондентів, інтерв'ю) автором проаналізовано сучасний стан, перелік та доцільність відповідних бібліотечно-інформаційних послуг. Дослідження сприяє розширенню уявлень щодо професійних потреб користувачів та шляхів їх задоволення в універсальній бібліотеці. Результати дослідження передбачають актуалізацію, вдосконалення та розширення переліку бібліотечно-інформаційних послуг, оптимізацію системи обслуговування читачів загалом.

Проблема вивчення асортименту бібліотечних послуг тривалий час перебувала поза увагою вітчизняних бібліотекознавців. Послуги в бібліотеках залишались сталими та були здебільшого зорієнтовані на особливості бібліотечної технології, але жодним чином не на потреби читачів. Слід зауважити, що бібліотекознавці не постійно вивчали особисті думки читачів щодо можливостей бажаного рівня обслуговування.

Нова економічна ситуація та нова концепція управління зумовили реорганізацію інформаційної діяльності бібліотек, націлили бібліотечно-інформаційну систему на виробництво продукції і послуг на замовлення споживачів інформації згідно з основними принципами і положеннями маркетингу.

Починаючи з 90-х років, увага маркетинговим дослідженням починає приділятися і у бібліотечному середовищі. Широке використання в сучасному бібліотечному обслуговуванні елементів маркетингу включає: багатоцільове вивчення складу та професійного рівня користувачів; оперативний збір читачьких пропозицій; комплексний аналіз запитів читачів на нові види бібліотечно-інформаційних послуг з метою радикального оновлення асортименту, організації пропозицій та збуту.

Обґрунтування необхідності і можливості програмно-цільового підходу до проблеми виробництва і збуту бібліотечних послуг вперше було зроблено в інформаційному огляді Національної парламентської бібліотеки України «Маркетинг і бібліотека. Довідка за матеріалами публікацій та практики роботи бібліотек»¹ та навчальному посібнику «Нові умови господарювання і маркетингу в діяльності бібліотек»².

¹ Маркетинг и библиотека: Информ-обзор. Справка по материалам публикаций и практики работы библиотек / Гос. респ. б-ка УССР им. КПСС. – К., 1991. – 22 с.

² Новые условия хозяйствования и маркетинг в деятельности библиотек / Сост. И. П. Фединин. – К.: ИПК РК, 1991. – 216 с.

Коваль Тетяна Миколаївна, зав. відділу обслуговування читачів літературою гуманітарного профілю НБУВ.

Поданий у них аналіз дозволяє прослідкувати еволюційний шлях поступового входження маркетингу в діяльність бібліотек: від повного заперечення та бурхливих дискусій щодо сумісності понять «ринку», «маркетинг» та «бібліотека» – до загальномасштабної підтримки, вивчення основ бібліотечного маркетингу, розробки його теорії, методики і активного впровадження.

Сьогодні бібліотечні маркетингові дослідження значною мірою сприяють вирішенню питань щодо задоволення конкретних та індивідуальних потреб користувачів. Але слід відзначити, що бібліотечні послуги не повинні розглядатися суто за поняттями ринку, оскільки існує цілий ряд обмежень економічного, соціального, морально-етичного характеру щодо бібліотеки як соціокультурного інституту.

Питання вивчення сучасного стану бібліотечно-інформаційних послуг (БІП), розширення уявлень про соціальний та професійний портрет читачів, удосконалення бібліотечно-інформаційного обслуговування стали предметом широкого розгляду в НБУВ. Хто вони, читачі, з котрими працює Бібліотека? Які мотиви їх звернення? Яка залежність між цілеспрямованістю читачьких вимог та запропонованим асортиментом бібліотечних послуг? Який ступінь використання кожної послуги? Як практично здійснюється взаємодія зв'язку «послуга–читач»? Відповіло на ці та інші запитання комплексне бібліотечне маркетингове дослідження, проведене в 2001–2002 роках серед читачів НБУВ.

Основним методом вивчення стану БІП було вибрано анкетування. Анкетним опитуванням, у процесі якого були задіяні всі структурні підрозділи НБУВ, було охоплено 450 читачів (майже половина від щоденної кількості відвідувань). Анкети були розповсюджені по підрозділах відповідно до інтенсивності відвідування читачами.

Склад респондентів відобразив представників активної читачької аудиторії Бібліотеки: зайняті науковою діяльністю – 78%; культурно-просвітницькою – 13%;

виробничою – 11%; інші сфери діяльності, ті, що тимчасово не працюють, пенсіонери – 6%.

За професійними категоріями респонденти розподілилися на такі групи: з науковим ступенем – 25%; фахівці – 26%; студенти вищих навчальних закладів – 24%; аспіранти – 21%. Серед респондентів, що мають науковий ступінь: кандидатів наук – 19% і докторів наук – 6%.

За частотою звернення до послуг Бібліотеки: один-два рази на тиждень – 71%; щомісяця – 21%; кілька разів на рік – 6%.

Аналіз відвідувань показав, що мотиви відвідування змінюються залежно від частоти звернення до Бібліотеки: чим частіше відвідування, тим різнобічніші інтереси читача. Респонденти зазначили, що вони приходять до Бібліотеки не тільки за документами і інформацією, але й для неформального спілкування, корисного проведення часу. Особливо це стосується читачів-студентів, для котрих бібліотека – це перш за все зручне місце для творчої діяльності: підготовки до екзаменаційної сесії, семінарів, спілкування з однокурсниками. Неформальним каналам одержання інформації віддали перевагу і читачі з науковим ступенем, котрі беруть безпосередню участь у наукових конференціях, «круглих столах», симпозиумах, що проводяться у НБУВ.

Серед інших переваг відмічалися: ділова, спокійна та доброзичлива обстановка в читальних залах, наявність рідкісних і цінних видань, престиж Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського.

За результатами дослідження, значна кількість опитаних (247 – 55%) користувалася послугами Бібліотеки протягом 5 років, 17% – понад 20 років. Варто відзначити, що особливу зацікавленість у дослідженні виявили постійні користувачі. Саме вони внесли суттєві побажання щодо розширення номенклатури бібліотечно-інформаційних послуг, удосконалення системи обслуговування.

Проведене анкетування дало змогу чітко проаналізувати і мотиви відвідування Бібліотеки: робота з науковими документами, література на допомогу професійній діяльності, підготовка до навчальних занять, самоосвіта. Наявність значної кількості вчених (25%) і фахівців (26%), що задовольняють свої інформаційні потреби за різними галузевими напрямками, зумовлена універсальністю фондів НБУВ. Характерно, що 77% респондентів відзначили повноту її фондів.

Результати анкетування підтвердили, що на сучасному етапі основні інформаційні запити читачької категорії найповніше задовольняються документами з фонду: основного зберігання – 85%; галузевих читальних залів – 67%; відкритого доступу – 55%; спеціалізованих залів окремих видів документів – 21%; спеціалізованих залів цінних і рідкісних видань – 14%.

Завдяки прийнятій в НБУВ раціональній технології виконання замовлень, підсобні фонди та фонди спеціалізованих залів використовуються досить активно.

У результаті опитування з'ясувалось, що найпопулярнішими джерелами вторинної інформації, якою найчастіше користуються читачі в своїй науковій та практичній роботі, є реферативна інформація. Активно використовуються локальні проблемно-орієнтовані бази даних. Не менш популярною є оглядова та аналітико-прогностична інформація.

Активну спрямованість користувачів саме на бібліотечні послуги НБУВ підтверджують анкетні дані про використання ними інших рівнів бібліотек. Викладачі і студенти ВНЗ (58% респондентів) відзначили необхідність відвідувань бібліотек своїх навчальних закладів; 46% задовольняють свої читацькі потреби в спеціалізованих бібліотеках; 41% користуються послугами Національної парламентської бібліотеки України; 15% віддають перевагу обласним науковим бібліотекам; 5% відвідують інші бібліотеки (муніципальні, бібліотеки для юнацтва тощо). У середньому додатково наукові співробітники та студенти відвідують ще 2 бібліотеки, фахівці – 2–3.

Серед інших чинників: 59% респондентів вказують на високу професійну кваліфікацію бібліотекарів НБУВ; 50% – оперативність та якість обслуговування; 43% – зручність обслуговування за галузевим профілем; 46% – сервіс та умови роботи; 24% – наявність новітніх пошукових систем.

На основі читацьких оцінок виявлена певна перевага НБУВ перед іншими бібліотеками і ті компоненти, що визначають її престиж. Так, раціональну основу привабливості Бібліотеки, у першу чергу, складають її фонди і умови роботи, тобто ті складові, що найбільшою мірою забезпечують результативність читацьких відвідувань.

В емоційно-психологічному плані значний вплив на читачів справляє загальна бібліотечна атмосфера: комфортність, оформлення інтер'єрів, затишність. Ці компоненти відіграють велику роль у формуванні іміджу НБУВ. Вивчення думок читачів засвідчило, що в роботі Бібліотеки не може бути дрібниць: на її цілісне сприйняття впливають навіть незначні фактори.

Цікаво, що ті самі умови можуть спричинити як позитивну, так і негативну реакцію. Але серед позитивно названих читачами комфортних умов на першому місці – режим роботи (78%), на другому – чистота і порядок у приміщеннях (75%), на третьому – територіальне розміщення, освітлення, зручність читацьких місць та оформлення інтер'єру (63%).

Важливу роль у формуванні престижу Бібліотеки відіграють її співробітники, котрі уособлюють в очах читачів всю бібліотечну систему. Як показало дослідження, 59% респондентів відмічають високу професійну кваліфікацію, службову етику та неформальне ставлення до читача з боку бібліотекарів НБУВ.

Досліджуючи зв'язок «читач – пошук інформації – бібліограф», нами проінтерв'ювано дві читацькі гру-

пи, що превалюють у Бібліотеці – фахівці і студенти. Згідно з результатами опитування досить часто фахівець вимушений звертатися до чергових консультантів-бібліографів. Нагомість, студенти в даному випадку, маючи дещо нижчу бібліографічну орієнтованість, сподіваються на свої власні сили (не завжди виправдано). Отже, є потреба з боку НБУВ у постійній пропаганді бібліографічних знань та розширенні переліку послуг по роботі з ДБА та БД з метою підвищення інформованості щодо пошуку необхідних документів.

У процесі анкетування було виявлено ставлення читачів до системи бібліотечно-інформаційних послуг та визначення читацьких потреб. Респондентам було запропоновано провести ранжирування 14 форм бібліотечно-інформаційних послуг.

Читацька активність використання бібліотечно-інформаційних послуг НБУВ за оцінкою респондентів (у балах) така: бронювання літератури для подальшої роботи – 1207; традиційні бібліотечно-бібліографічні довідки – 1203; виставки нових надходжень – 1064; консультативно-методична допомога в роботі з каталогами, картотеками та БД – 959; огляди нових надходжень – 982; тематичні виставки – 782; тимчасове користування літературою з номера іншого читача – 764; абонентне обслуговування читачів з науковим ступенем – 540; бібліотечно-бібліографічні довідки в автоматизованому режимі – 536; екскурсії по бібліотеці – 284; дні інформації – 274; замовлення літератури по МБА та ММБА – 254. Щодо замовлення літератури по ММБА та МБА: останніми роками ця послуга з причин відсутності фінансових взаєморозрахунків між державами-учасницями СНД обмежила можливості користувачів замовляти літературу по міжбібліотечним каналам. Через відсутність належного фінансування ускладнилися відносини й по каналам ММБА з бібліотеками далекого зарубіжжя.

Отже, на наш погляд, є нагальна потреба ввести корінні зміни в організацію цих видів послуг шляхом впровадження новітніх технологій, а саме: електронної пошти, подальшого розвитку комп'ютерної мережі.

Анкетування виявило й ставлення читачів до платних сервісних бібліотечно-інформаційних послуг, визначення зацікавленості в платних послугах за ранжируванням читачів (у балах): копіювання документів – 1344; надання бібліотечно-бібліографічної інформації на електронних носіях – 1004; користування Інтернет – 970; тематичний підбір літератури – 958; виконання замовлень в режимі «терміново» – 940; інформаційний пошук у БД – 871; замовлення конкретних документів по телефону – 713.

Менш прихильно ставляться читачі до таких видів платних послуг, як місця для збереження особистих речей і цінних документів (500 балів), складання аналітичних довідок (485 балів), навчання основам комп'ютерної грамоти (385 балів). У комплексі бібліотечно-бібліографічного обслуговування ці види послуг не є пріоритетними, тому і менш привабливі для читачів.

У ході опитування з'ясувалося, що 71% респондентів ставляться до платних послуг позитивно; 15,5% – негативно; 13% – не знають про форми платних послуг. Найбільш прихильно до платних послуг ставляться читачі з науковим ступенем, фахівці та студенти. Протилежна точка зору найчастіше спостерігається серед читачів пенсійного віку, які не в змозі внести за послуги відповідну суму.

Як засвідчує зарубіжний досвід, суттєві зміни в інформаційних орієнтирах читачів і розширенні послуг можливі лише за умови докорінної модифікації діяльності бібліотек, пов'язаної з освоєнням новітніх технологій. Саме тому велику практичну значимість має блок питань щодо взаємодії «читач – бібліотечні автоматизовані системи». За результатами анкетування, основним мотивом читацького звернення до сучасних інформаційних технологій є необхідність інформаційного пошуку в електронному каталозі та БД – 43%. Активно використовується і власна інформаційна продукція НБУВ – 36%. Невелика кількість респондентів (20%) користуються такою послугою, як доступ до ресурсів інформаційної мережі Інтернет. Варто наголосити, що у комплексі бібліотечних послуг НБУВ сучасні інформаційні технології використовуються не досить активно. Суб'єктивною причиною цьому, на наш погляд, є недостатність читацької комп'ютерної грамотності. Об'єктивна причина – обмежена кількість комп'ютерів для читацького використання. Отже, однією з пропозицій читачів прозвучало розширення комп'ютерного парку.

Частина респондентів висловила побажання одержувати за плату ряд додаткових бібліотечних послуг. Це, насамперед, надання бібліографічної інформації на електронних носіях (дискетах, компакт-дисках або електронною поштою), користування Інтернетом, інформаційний пошук у БД. У цьому контексті розглянемо найпріоритетніші, на думку респондентів, послуги з використанням інформаційних технологій: 62% – пошук у електронному каталозі та БД НБУВ; 54% – пошук в Інтернеті; 47% – додатковий сервіс з використанням сканерів; 43% – підготовка тематичних БД; 42% – додатковий сервіс з використанням принтерів; 40% – додатковий сервіс з використанням пристроїв запису на компакт-дисках; 30% – електронна доставка документів віддаленим абонентам.

Отже, результати даного опитування дозволили виявити потреби користувачів у використанні новітніх технологій та необхідність розширення автоматизованих бібліотечних послуг.

Важливу роль у підвищенні якості бібліотечно-інформаційних послуг відіграють соціально-психологічні фактори. Як показало дослідження, на читачів позитивно впливають професіоналізм, етика і культура бібліотечних працівників (64%); позитивно оцінюється й такий напрям роботи, як допомога бібліотечних працівників новим користувачам в ознайомленні з Бібліотекою (64% респондентів). Позитивність систематичного ви-

вчення бібліотечними фахівцями читацьких потреб та побажань підкреслює 55% респондентів. На думку читачів, у Бібліотеці доцільно влаштувати місця психологічного спілкування – 54%. За пріоритетну допомогу читачам з обмеженими фізичними можливостями висловилося 38% респондентів; 17% опитаних вважають за необхідне наявність у НБУВ бібліотечної психологічної служби.

Для оптимізації обслуговування універсальної наукової бібліотеки, на нашу думку, потрібно не тільки з'ясувати, як кардинальні суспільні зміни вплинули на неї, але й як, на думку читачів, вона має розвиватись. До речі, проблема, «яким чином розвиватись Бібліотеці відповідно до соціальних змін», є предметом обговорення бібліотекознавців на сторінках фахової періодики, міжнародних конференціях, «круглих столах» тощо. Саме тому в анкеті був блок питань щодо визначення перспективних напрямів розвитку НБУВ.

Переважає більшість респондентів (75%) вбачає подальший розвиток НБУВ як комплексного бібліотечно-інформаційного центру; 52% респондентів уявляють її як електронну бібліотеку; 24% хотіли б бачити її центром дистанційної доставки документів. Отже, переконаність бібліотечних фахівців, що універсальна наукова бібліотека повинна розвиватись як бібліотечно-інформаційний центр, підтвердилась. Загалом, читацький склад НБУВ достатньо охоче настроєний на взаємодію з Бібліотекою, усвідомлює її суспільну значимість, але реальна бібліотечна практика, як показало анкетування, не завжди відповідає вимогам і очікуванням читачів.

Аналіз наступного блоку анкети «Чи достатньо Ви поінформовані про систему бібліотечних послуг?» виявив, що більшість користувачів (54%) знають про систему бібліотечних послуг недостатньо, 38% респондентів вважають себе достатньо проінформованими і 4% не проінформовані зовсім.

Слід відзначити, що рівень інформованості щодо бібліотечних послуг є прямо пропорційним читацькому стажу: чим він більший, тим більше читачі проінформовані про послуги. Так, під час опитування наукових співробітників, читацький стаж яких становить більше 5 років, було з'ясовано, що вони достатньо поінформовані про послуги. І навпаки, 39% студентів, бібліотечний стаж яких у межах 1–2 років, вважають себе поінформованими недостатньо.

Пропозиції читачів щодо удосконалення системи обслуговування та розширення номенклатури послуг були узагальнені. Серед читацьких пропозицій, зокрема, такі: розширення комплектування фондів НБУВ сучасною іноземною літературою; документами на електронних носіях (зокрема періодичними виданнями); всіма виданнями українських авторів та виданнями країн ближнього зарубіжжя; літературою релігійного змісту.

Читачі внесли багато пропозицій щодо покращання умов праці в НБУВ. Ці пропозиції є слушними, але для їх реалізації необхідне краще фінансування.

Серед пропозицій щодо розширення переліку платних послуг: спеціалізовані курси з вивчення іноземних мов; комп'ютерний пошук книг у електронному каталозі; продаж необхідних канцелярських товарів; комп'ютерний набір та друкування наукових текстів; абонементне обслуговування читачів без наукового ступеня тощо.

Проведене дослідження підтвердило, що система сучасних бібліотечно-інформаційних послуг НБУВ у цілому відповідає потребам читачів. Недостатня поінформованість читачів про наявні бібліотечні послуги потребує їх ширшої популяризації.

Слід відзначити, що систематичне застосування маркетингу в бібліотечній практиці важливе як тим, хто досліджує, так і тим, кого досліджують. З одного боку, робота Бібліотеки оцінюється належним чином, покращується матеріально-технічне забезпечення, виявляються слабкі місця. З іншого боку, визначаються нагальні та пріоритетні читацькі потреби; удосконалюються БІП, що задовольняють ці потреби; враховуються професійні інтереси та побажання; максимально повно, в силу фінансових можливостей, забезпечуються комфортні умови праці.

Таким чином, у результаті комплексного аналізу бібліотечно-інформаційних послуг НБУВ, проведеного в рамках бібліотечного маркетингового дослідження серед читачів НБУВ (2001–2002), була одержана важлива інформація, яка визначила шляхи оптимізації системи обслуговування читачів. Високий рівень зацікавленості читачів в удосконаленні роботи Бібліотеки сприяє максимально повному урахуванню їх пропозицій та розробці відповідних заходів щодо їх оперативного втілення.