

---

---

Смык О. П.

## Маркетинговая деятельность ЦНБ НАН Беларуси

В статье освещается деятельность отдела маркетинговых исследований ЦНБ НАН Беларуси, направленная на создание положительного имиджа Библиотеки, удовлетворение информационных потребностей пользователей, создание комфортной информационной среды, благоприятного психологического климата в коллективе.

Формирование рыночных отношений в обществе оказало влияние на различные сферы жизни, в том числе и на работу библиотек. Термины рыночной экономики «менеджмент», «маркетинг», «паблик рилейшнз», «имидж» стали привычными в библиотечной лексике и практической деятельности. Вступив в XX век, трудно себе представить научные, университетские, крупные публичные библиотеки, в которых не функционировал бы отдел маркетинга.

В июле 2003 г. в ЦНБ НАН Беларуси был организован отдел маркетинговых исследований. Первоначально все усилия сотрудников отдела были направлены на всестороннее изучение потребностей, запросов, интересов читателей. Мы ориентировались на предоставление услуг в соответствии с этими потребностями. С другой стороны, нашей задачей являлось активное влияние на использование услуг и существующий спрос, на формирование информационных потребностей. Для этого используется важное направление работы – проведение маркетинговых исследований.

Фонд ЦНБ НАН Беларуси составляет научная литература в

области естественных, технических и гуманитарных знаний; энциклопедии, словари и справочники; электронные научные базы данных и т. д. Проведя сегментацию рынка, т. е. определив четкие группы реальных и потенциальных пользователей с общими запросами и потребностями, мы работаем в направлении продвижения своих услуг, а также информации о Библиотеке, ее фондах, базах данных. Для этого используются следующие средства: адресная почтовая рассылка, печатная рекламная продукция, средства так называемой косвенной рекламы – выставочная деятельность, презентации, семинары. Кроме того, для привлечения внимания общественности используются средства массовой информации.

Совместно с отделом электронных ресурсов проводились выездные презентации «Путеводитель по Библиотеке» и «Электронные ресурсы ЦНБ НАН Беларуси» в институтах НАН Беларуси Отделения биологических наук. Такая работа позволила подробно ознакомить сотрудников институтов Национальной академии наук Беларуси с возможностями получения информации не только в традиционном виде (печатные книги, журналы), но и с более оперативным способом получения информации – в электронном виде на личный e-mail. Мы планируем продолжать в дальнейшем деятельность в этом направлении, максимально охватывая институты других отделений НАН Беларуси.

ЦНБ НАН Беларуси оказывает услуги физическим и юридическим лицам по копированию документов, сканированию, поиску по запросу пользователей в базах данных, Internet; осуществляет копирование информации на электронный носитель пользователя, электронную доставку документов и др.

Для удобства и с целью экономии времени пользователей заказы принимаются по телефону, факсу, электронной почте. Пользователю остается только забрать копию фрагмента документа, электронную копию, или сам документ, а при необходимости получить информацию по электронной почте.

Работа отдела маркетинговых исследований предусматривает систематический контроль, оценку и мониторинг услуг. Ежегод-

но в отделе исследуются информационно-библиотечные услуги, которые оказывают другие библиотеки с целью возможного расширения спектра услуг и контроля над установлением цен. Платные услуги являются одним из источников дополнительного финансирования, который используют библиотеки. Но следует учитывать, что библиотека – это социальный институт, для которого прибыль не может быть основной в ее деятельности. Поэтому важным является тщательный анализ рынка сбыта услуг и определение их номенклатуры. Отдел проводит социологические исследования и опросы групп пользователей ЦНБ НАН Беларуси и ее филиалов, что помогает выявить информационные потребности читателей.

Отделом маркетинговых исследований проводилось анкетирование среди пользователей по следующим темам: «Улучшение качества и уровня справочного обслуживания», «Создание комфортной информационной среды», «Анализ условий реализации информационно-библиотечных продуктов/услуг среди различных групп пользователей», маркетинговые исследования в институтах НАН Беларуси об использовании баз данных, создаваемых в ЦНБ НАН Беларуси и «Электронный каталог ЦНБ НАН Беларуси: возможности и проблемы использования». В настоящее время осуществляется маркетинговое исследование по использованию электронных источников информации читателями ЦНБ НАН Беларуси.

Одним из направлений деятельности отдела является создание положительного имиджа библиотеки. Разработаны рекламные буклеты и листовки, другая рекламная продукция в виде афиш, объявлений, стендов и др. При этом соблюдается единый стиль библиотеки в формировании наружной и внутренней рекламы.

В ЦНБ НАН Беларуси регулярно проводятся различные общественные мероприятия, в которых отдел маркетинговых исследований принимает непосредственное участие. Основная цель проведения PR-мероприятий – укрепление связей с общественностью при помощи средств массовой информации. Для организации выставок-презентаций, электронных презентаций, семинаров,

конференций, круглых столов, пресс-конференций поддерживается активная связь со СМИ. Для передачи сведений о наиболее интересных событиях библиотечной жизни сотрудники отдела составляют емкий материал в форме пресс-релизов или краткий – релиз-анонсов, а также сами пишут статьи в газеты. Профессиональная подготовка информационного материала требует особого внимания, так как поставив его в СМИ, мы получаем хороший шанс размещения его на полосе или в эфире абсолютно бесплатно.

Со многими журналистами налажены профессиональные контакты. Примером такого сотрудничества служат регулярные публикации в печатном органе НАН Беларуси – газете «Веды», печатных органах республиканского значения «Рэспубліка», «Советская Белоруссия», «Народная газета», столичных изданиях «Минский курьер» и «Вечерний Минск», газетах «Літаратура і мастацтва», «Культура» и др.

Корреспонденты 1-го Национального канала Белорусского радио информируют радиослушателей о событиях в библиотеке в программе новостей. Знакомство с информационными ресурсами, репортажи с места событий во время проведения мероприятий можно услышать в программе «Литературный проспект», «Постфактум».

В эфире телеканалов – ОНТ (Общенациональное телевидение), Первый Национальный канал БТ, СТВ (Столичное телевидение), МТРК «МИР» – дается информация о мероприятиях в ЦНБ НАН Беларуси. Репортажи корреспондентов ТВ и радио, публикации в печатных органах СМИ способствуют созданию положительного имиджа Центральной научной библиотеки НАН Беларуси.

В ЦНБ НАН Беларуси регулярно проводятся презентации книжной продукции издательств («Технология», «Белорусская энциклопедия», «Белорусская наука» и др.), а также отдельных книг, например, «Эхо забытой войны» С. Трахименка, «Андрэй Тадэвуш Банавентура Касцюшка. Вяртанне героя на радзіму» Л. Нестерчука, «Исследователь внимательный и трудолюбивый» (об историке, богослове, профессоре В. З. Завитневиче) и «Парадоксы

электрического человека» (о белорусском ученом Я. О. Наркевиче-Иодко) В. Киселева и др.

ЦНБ НАН Беларуси имеет самое большое и наиболее полное в Беларуси собрание иностранной литературы естественнонаучной тематики (книги, периодические и продолжающиеся издания). Кроме информации на бумажных носителях библиотека предоставляет своим пользователям возможность работы в интернете, а также предлагает электронные базы данных, часть из которых хранится на CD-ROM. Это значительно облегчает поиск информации читателями и позволяет библиотеке удовлетворять их информационные потребности наиболее полно.

Для того, чтобы читатель был в курсе событий, т. е. имел представление о научных зарубежных изданиях, которые содержатся в фонде библиотеки, а также электронных БД, совместно с представителями издательств организуются презентации, семинары, тренинги и выставки. На такие встречи приглашаются представители институтов НАН Беларуси, вузов и ведущих библиотек. Каждый участник имеет возможность не только познакомиться с содержанием периодических изданий, книг, электронных баз данных, но также задать вопросы представителям издательских компаний. Наши читатели и коллеги имели возможность побывать на мероприятиях, организованных совместно с компаниями Elsevier, Wiley, CSA (Cambridge Scientific Abstracts), Thomson Scientific, Emerald Group Publishing Limited и др. Во время проведения семинаров и тренингов менеджеры издательств обучают пользователей работе с базами данных, представляют новые информационные ресурсы своих компаний.

Так, на открытии Дней физики, проведенных в рамках объявленного ЮНЕСКО 2005 – Всемирного года физики в честь знаменитых научных открытий Эйнштейна, в библиотеке были представлены книги крупнейших мировых издательств, таких, как Oxford University Press, Elsevier, Cambridge University Press и др. Региональные менеджеры компаний представили читателям библиотеки электронные и печатные ресурсы издательств.

Особой популярностью среди читателей ЦНБ НАН Беларуси

пользуются информационные ресурсы Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ). Более 100 человек стали участниками мероприятия, во время которого прошла демонстрация баз данных ВИНИТИ: on-line, off-line и презентация электронного реферативного журнала.

Яркими, запоминающимися событиями стали мероприятия, организованные совместно с сотрудниками отдела редких книг и рукописей. При их подготовке разрабатывается сценарий, подбирается материал для электронных презентаций.

В качестве примера можно назвать совместную презентацию выставки «Литература и мода во Франции в XX в.». Мероприятие было приурочено к национальному празднику Французской республики – Дню взятия Бастилии. Сотрудники отдела редких книг и рукописей подготовили экспонаты выставки – произведения всемирно известных писателей Франции XIX века, имена которых вошли в сокровищницу мировой культуры. Оригинальным дополнением к книжным экспонатам стали цветные иллюстрации из журналов мод XIX века, любезно предоставленные супругой Посла Франции в Республике Беларусь из личной коллекции. На открытие этого мероприятия сотрудники отдела маркетинговых исследований представили электронную презентацию «*Ma belle France*», содержание которой раскрывало основные тенденции моды во Франции XIX века, ее историю, интересные подробности из жизни отдельных писателей и их связь с миром моды. Так, в частности, в наследии Оноре де Бальзака есть учебник по завязыванию галстуков «Искусство завязывать галстук». Бальзак давал рекомендации – десятки способов обращения с галстучным узлом для различных случаев и различных категорий «носителей» – для шей влюбленных, банкиров и нотариусов. Эта и другая информация из жизни французских классиков XIX века была тепло принята гостями, среди которых присутствовали главы дипломатических миссий Франции и Германии.

Подобные презентации проводились с участием представителей посольств других государств – выставки-презентации: книг, полученных в дар от Японского фонда международных обменов,

где была продемонстрирована электронная презентация «Япония: далекая и близкая»; книг итальянских издательств «Италия: из эпохи Ренессанса в эпоху высоких технологий» – об истории итальянских научных издательств: Национальной Академии Деи Линчеи *Accademia Nazionale Dei Lincei*, Итальянского Физического Общества (ИФО) *Societa Italiana di Fisica*, Римского Университета Ла Сапьенца *Universita La Sapienza*, занимательный материал об Италии, какой она видится глазами белорусов.

Еще одна тема, которой уделяется большое внимание, – тема Великой Отечественной войны 1941–1945 гг., тема подвига нашего народа. Одним из значительных мероприятий стал литературно-музыкальный вечер «Дорогами войны», приуроченный к 60-летию Освобождения Беларуси от немецко-фашистских захватчиков. Для ветеранов войны, среди которых были женщины, отдавшие библиотечному делу много лет послевоенной жизни, была подготовлена концертная программа.

В ЦНБ НАН Беларуси были также организованы мероприятия: «К штыку приравняли перо», «Война в исторической памяти белорусского народа», «Листая памяти страницы».

К юбилею классика белорусской литературы Якуба Коласа было подготовлено литературное мероприятие «Нязгаснае слова паэта» с участием родственников Якуба Коласа (Кастуся Мицкевича) – сына Михася Мицкевича и внуков. Большой интерес у гостей вызвал фильм-видеоряд «Я прыйшоў у гэты свет не для самога сябе, я прыйшоў дзеля вас...». Кроме того, присутствующие увидели театрализованную постановку – инсценировку отрывков из романа–трилогии Я. Коласа «На ростанях» в исполнении сотрудников библиотеки.

Подобный видеоряд был подготовлен для презентации выставки «Издания виленских типографий XVI – первой четверти XX вв.», проведенной совместно с Библиотекой Литовской академии наук.

Особое место в ряду тех мероприятий, организацией которых занимается отдел маркетинговых исследований, имеют совместные с Центральным правлением ОО «БелТИЗ» (Белорусское товарище-

ство инвалидов по зрению) выставки декоративно-прикладного творчества инвалидов по зрению. Партнерские отношения с ними делятся много лет. Совместными усилиями мы подготовили и провели Республиканские выставки инвалидов по зрению, мероприятия, приуроченные к Международному Дню инвалидов, Международному дню защиты детей, тематические выставки «Моя родина – Беларусь» и др. Такие встречи всегда проходят в теплой дружеской атмосфере. День открытия выставки сопровождается концертом творческих коллективов, талантливых исполнителей – людей незрячих, но активных и творчески одаренных.

Психологический климат в коллективе – важная составляющая в общей структуре работы всех его членов. От того, с каким желанием и настроением работают коллеги, зависит качество и объем работы, уровень обслуживания пользователей. Сплочению коллектива способствуют организованные в библиотеке корпоративные праздничные вечера, концерты, «капустники». Отдел маркетинговых исследований активно участвует в разработке сценариев и проведении новогодних программ, вечеров, посвященных профессиональному празднику – Дню библиотек Республики Беларусь, Международному женскому дню 8 Марта и др.

Поддержание положительного имиджа Библиотеки, удовлетворение информационных потребностей пользователей, создание комфортной информационной среды – основная задача деятельности отдела маркетинговых исследований.