

**Соціальна ефективність діяльності бібліотек -  
одна з основних функцій сучасного менеджменту і маркетингу**

*Консультативно-методичні рекомендації (2014 рік)*

*Обласна школа  
бібліотечного консалтингу  
«Професійний тандем»*

Ніна Расторгуєва,  
завідуюча відділом розвитку  
дитячих бібліотек і маркетингу

Показники соціальної ефективності діяльності бібліотек якнайкраще відтворюють межі привабливості бібліотечного закладу серед місцевої громади.

*До показників соціальної ефективності відносять: кількість обслужених користувачів, відвідуваність, у т.ч., масових заходів та документовидача.*

Кількісні дані зазначених показників мають бути постійно на контролі фахівців бібліотек за допомогою різного роду маркетингових обстежень: аналізу, моніторингу, дослідження. А найменше коливання (зменшення, збільшення, поява строкатості) основних бібліотечних показників повинно змусити керівника якнайшвидше проаналізувати ситуацію та здійснити ефективні дії на зміну стану, що склався. Обов'язково слід враховувати об'єктивні та суб'єктивні причини змін показників і планувати тенденції їх розвитку. Вивчення показників соціальної ефективності бібліотечного закладу сприятиме правильному збалансуванню документів, необхідних відвідувачам; введенню нових послуг; визначенню зручного для дітей і дорослих графіку роботи; розширенню ринку користувачів тощо. Наприклад, співставлення кількісних даних наявного дитячого населення району (міста, села) до кількості користувачів-дітей бібліотек району (міста, села), дасть змогу визначити відсоток охоплення дитячого населення бібліотечними послугами та розробити план заходів по залученню до бібліотеки не читаючих дітей. Таким же чином, можна визначити відсотки охоплення бібліотечними послугами дитячого населення у розрізі вікових і соціальних груп будь-якого населеного пункту.

Сьогодні особливе місце займає *показник відвідуваності користувачами бібліотеки*. Його параметри вказують на більшу ефективність роботи, на затребуваність громадою бібліотечного закладу. У ДСТУ 7.20-2000 «Бібліотечна статистика», запровадженим в дію з 2002-01-09, зазначено: «Відвідуванням бібліотеки вважається кожен прихід користувачів до бібліотеки чи будь-якого структурного підрозділу для запису, перереєстрації, отримання, повернення документів і продовження терміну користування ними, отримання довідок і консультацій, роботи з ДБА, участі в масових заходах, які проводяться бібліотекою, а також для пошуку

інформаційних ресурсів в Інтернеті». Таким чином, відвідування масових заходів входить у загальну кількість відвідувань. Відвідування масового заходу реєструється в розділі «Облік масової роботи» Щоденника роботи бібліотеки і включається в загальну кількість відвідувань за той день, коли проведено масовий захід.

Якщо подивитися на відвідування користувачами-дітьми заходів у деяких бібліотеках області, то виникають питання: «Чому вони такі мізерні?» і «Чому при однаковій кількості користувачів, наприклад у Х і Y бібліотеках, відвідування заходів різняться в десятки разів?».

Розглянемо на прикладі: бібліотека обслуговує 120 користувачів-дітей; відвідування складають – 1500; відвідування масових заходів – 208. Звідси: кількість відвідувань масових заходів до загалу користувачів становить 1,7 рази; кількість відвідувань масових заходів до загальної кількості відвідувань становить 13,8 %. Причинами можуть бути:

- а) необґрунтоване планування кількості заходів для користувачів-дітей (без врахування Типових норм часу, запитів користувачів тощо);
- б) невірне ведення обліку відвідувань користувачів у «Щоденнику роботи бібліотеки». Розповсюджена помилка, коли враховується лише кількість щоденних індивідуальних візитів до бібліотеки, а кількість присутніх відвідувачів у день масового заходу – не враховується;
- в) нецікаві, сталі форми масової роботи;
- г) неприваблива реклама заходів.

*Залученню користувачів та збільшенню кількості відвідувань можуть сприяти нові (оновлені) напрями й форми роботи:* організація обслуговування дитячого населення через пункти видачі літератури в дошкільних та навчальних закладах; створення «бібліотеки без стін» (на вулиці, у зручному місці для дітей), як своєрідного містка до великої бібліотеки; урізноманітнення форм сучасних масових заходів та розширення їхньої тематики з урахуванням психофізичних і вікових можливостей дітей та їхніх побажань і потреб; заміна незмінних роками форм заходів (виховні години, вікторини, хвилинки) на інтерактивні; залучення батьків користувачів, волонтерів, прихильників бібліотеки, які б, наприклад, читали дітям улюблені книги; допомагали у проведенні різноманітних свят, акцій, програм; постійне вивчення запитів, уподобань, бажань користувачів; функціонування бібліотечних центрів спілкування для відвідувачів-дітей; якісна й добре організована бібліотечна реклама; облаштування території навколо будівлі бібліотеки; зручний й естетичний простір приміщення, та окремих зон, як то: іграшкових, інтелектуальних, фото, зелених.

*Бібліотечні фонди – це основа будь-якої бібліотеки не залежно від її профілю та відомчого підпорядкування.*

Одним із основних сегментів визначення життєдіяльності бібліотечного фонду є коефіцієнт його оновлюваності, який обчислюється за формулою:  $Ko = H : \Phi \times 100 \%$ , де:  $Ko$  - коефіцієнт оновлюваності;  $H$  - кількість надходжень на початок року;  $\Phi$  - величина фонду на початок року.

Показник оновлюваності фонду бажано мати на рівні 5%.

Безперечно, керівникам бібліотечних закладів важливо відслідковувати цей показник по кожній бібліотеці з метою визначення: де він більший, де

менший; з'ясувати, у зв'язку з чим; порівняти з відповідним минулорічним показником; зробити пропозиції для поліпшення ситуації, або ж розповсюдити досвід, у разі хорошого показника.

Змінити ситуацію на краще щодо поповнення фондів допоможе *пошук альтернативних джерел*. Задля цього слід: співпрацювати з національними бібліотеками по доукомплектуванню друкованими й електронними виданнями; різними фондами і видавництвами; влаштовувати свята книги, акції «Подаруй бібліотеці дитячу (українську) книгу» із залученням волонтерів, меценатів.

Оцінити стан розвитку фондів дозволяє *відносний показник «забезпеченість документами» користувачів-дітей*.

Наприклад, у сільських бібліотеках області роками він доволі строкатий, або занадто перевантажений (сягає за 100), або замалий (4, 6).

Прийнята норма ІФЛА – 6-15. Тобто, відсутня збалансованість між чисельністю користувачів, їхніми потребами та кількісною і якісною характеристиками фондів. Звідси – й невисока обертаність фондів у багатьох СБ від 0,1 – 0,3 до – 7 – 8.

Зауважимо: *низька обертаність документів фонду* свідчить про велику кількість застарілої літератури або недостатнє використання бібліотечного фонду.

*Висока обертаність документів фонду* – невідповідність фонду потребам користувачів або неточностей в обліку даних про фонд.

Слід пам'ятати, що «у перевантажених фондах» губляться документи останніх років, ускладнюється пошук потрібних; користувач сприймає весь фонд як застарілий. Менший за обсягом фонд використовується активніше, якісні показники ефективності його використання вищі. Працівники мають постійно здійснювати поглиблене вивчення фізичного стану видань (за десятиріччя перебування в неопалюваних приміщеннях документи стали непридатними для використання) та відповідність фонду зрослим інформаційним потребам користувачів. Зазвичай, граничним терміном зберігання видань в бібліотеці визнається 20 років, за винятком універсальних видань, які не втратили актуальності, та джерел, цінних у культурному відношенні. Видання, що мають незначний попит, необхідно відібрати з метою організації ретро-виставок, а потім незатребувані документи передати до єдиного фонду або ж вилучити. Періодичні видання як матеріали, що не підлягають довгостроковому зберіганню, вилучаються за причиною «закінчення термінів зберігання».

Звертаємо увагу на те, що *нормативів списання*, як таких, не існує.

У зарубіжних країнах вилучення документів у публічних бібліотеках становить 3-5% від загального фонду, а за рекомендаціями ІФЛА має складати навіть до 8% (підкреслюємо: не від обсягу надходжень, а від загального фонду).

Отже, виявлення «мертвих», пасивних зон у фонді, виключення з фонду неактуальних документів, сприяють їх мобільнішому використанню.

Відповідно й *показник «видача документів»* буде реальним. Збільшення цього показника може бути здійснено завдяки вдалим діям: зміні

внутрішнього бібліотечного простору, зокрема, вільного й зручного доступу до фонду; оформленню виставок-інсталяцій; розширенню популярних розділів фонду; повідомлення користувачів про існування документів, які зберігаються у сховищі; організація заходів щодо боротьби з читацькою заборгованістю (щомісячні дні прощення боржників, акції «Поверни книгу в бібліотеку», встановлення кошика для боржників «Підкидьок», створення електронної бази даних «Боржники», дослідження причин несвоєчасного повернення книг методом анкетування).

Слід знати, що за рекомендаціями ІФЛА, документи, що вийшли з видавництва за останні 5 років, мають становити 30-40% від загального фонду.

*Соціальну ефективність бібліотечної роботи забезпечують і рекламно-іміджеві заходи:* оформлення виставок, експозицій; випуск бібліотечних видань; розміщення публікацій про роботу бібліотеки у місцевих та електронних ЗМІ, а також на веб-сайтах, блогах, сторінках у соціальних мережах.

Із вищезазначеного переліку важливе значення має поширення якісних, грамотних, яскравих, актуальних рекламних матеріалів: буклетів, путівників, візитних карток, флаєрів, запрошень, листівок серед місцевої громади за допомогою волонтерів. Пам'ятайте про на візуальну рекламу, яка часто у бібліотеках не на належному рівні. Так, у вестибюлі (коридорі) бібліотеки, куди, перш за все, потрапляє відвідувач, обов'язково має бути створена інформаційна зона, що містить, наприклад: правила користування бібліотекою (а не типові правила); перелік послуг, періодичних видань, діючі клуби (гуртки); план заходів на місяць; прізвища кращих читачів, активних учасників масових заходів, волонтерів; подяки спонсорам; анонс діяльності на наступний рік (наприклад: «12 найцікавіших бібліотечних заходів у ... році», «Наш анонс: не пропустіть найкращий захід місяця», «Бібліотечний анонс 2014» тощо). Неабиякий вплив на відвідувачів має привабливий фасад закладу, наявність первинної інформації про заклад (грамотна вивіска, реклама у вікнах, розпорядок роботи тощо), виділення приміщення певним кольором, наявність дороговказів до бібліотеки та інше.

*Для того, щоб бібліотека відповідала сучасному рівню їй необхідно:* робити те, чого не робить ніхто; дружити з владою, зацікавлюючи її співпрацею, доводячи корисність бібліотеки; шукати варіанти і можливості, а не наголошувати на нереальності вирішення проблем; брати ідеї в інших, трансформувати їх під стратегію свого закладу; впроваджувати, міняти і знову впроваджувати.