

Аюбов Диловар Мирзошарифович

Таджикский государственный педагогический университет им. Садриддина Айни,
кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономической теории,
Республика Таджикистан

Восиева Фируза Курбановна

ведущий специалист отдела национальной библиографии
Национальной библиотеки Таджикистана, Республика Таджикистан

Убайдуллоева Ситора Ахмедовна

Таджикский государственный педагогический университет им. Садриддина Айни,
старший преподаватель кафедры экономической теории,
Республика Таджикистан

Гозибекова Мухабат Хайдаровна

Таджикский государственный педагогический университет им. Садриддина Айни,
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории,
Республика Таджикистан

Гафорзода Джонона

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления Таджикский государственный
педагогический университет имени С.Айни, Республика Таджикистан

Самиев Толибджон Таджикский

государственный педагогический университет им. Садриддина Айни,
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления,
Республика Таджикистан

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЯ РЫНКА БИБЛИОТЕЧНЫХ УСЛУГ
В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**

Аннотация. В ходе нашего исследования библиотекарям и пользователям было предложено ответить на вопрос: «Что в библиотеке на их взгляд нуждается в изменении?» Пользователи и библиотекари (в неравной степени) считают существенным расширение номенклатуры предоставляемых услуг. Это, с одной стороны, радует, поскольку

имеющиеся библиотечные услуги в той или иной степени востребованы, у них есть будущее. С другой стороны, это может свидетельствовать о том, что пользователи ждут от библиотеки большего. Библиотекари осознают, что им предстоит большая работа по формированию номенклатуры услуг, способной более оперативно и полно удовлетворять потребительский спрос. Практически полностью совпадают предложения респондентов обеих групп, касающиеся необходимости активизации деятельности библиотеки по продвижению предоставляемых услуг к населению.

Ключевые слова: Библиотека, услуг, библиотечных услуг, спрос, предложения, факторы библиотечной среды, маркетинговую концепцию библиотеки.

Понятие и сущность библиотечных услуг. Инициативная хозяйственная деятельность библиотек в целом регулируется законом спроса и предложения, их конкурентным стоимостным соотношением. О движении спроса судят по объемам реализации услуг, по динамике цен и по прибыли. Превышение предложения над спросом, помимо понижения цен влечет за собой сокращение размеров прибыли. Недостаточное предложение ведет к росту цен и к увеличению прибыли. Рыночная экономика ориентирована на потребительский спрос. Библиотека стремится, с одной стороны, удовлетворять имеющийся спрос, а с другой, - всячески создавать его, стимулировать его расширение. Не последнюю роль в этом деле играют методы продвижения библиотечных услуг к потребителям. Нам представляется важным аспектом деятельности библиотек сопоставлению уровня соответствия предложения спросу. В данном случае существенными вопросами можно считать следующие: являются ли услуги, предлагаемые библиотекой, отражением существующего спроса являются ли качество услуг и формы их предоставления адекватными современному уровню развития науки, техники, культуры и информационных технологий; какие внешние и внутренние факторы библиотечной среды влияют на маркетинговую концепцию библиотеки. В ходе проведенного исследования респондентам был задан вопрос «Какими библиотечными услугами вы чаще всего пользуетесь?» (см. табл. Как и следовало ожидать, наибольший спрос у читателей (54%) на получение документов во временное пользование из

библиотечного фонда. Из других услуг библиотеки чаще других называлось участие в массовых мероприятиях библиотеки, посещение занятий кружков и любительских объединений. Среди платных услуг, спрос на которые отмечали читатели, «ночной абонемент» и копировально-множительные услуги. Характерно, что на использование компьютерных баз данных и услуги ИНТЕРНЕТ указали всего 0,5% респондентов. Последнее, с нашей точки зрения, говорит не столько об отсутствии спроса, сколько о том, что общедоступные библиотеки пока не могут удовлетворять эти потребности.

В ходе нашего исследования библиотекарям и пользователям было предложено ответить на вопрос: «Что в библиотеке на их взгляд нуждается в изменении?» Пользователи и библиотекари (в неравной степени) считают существенным расширение номенклатуры предоставляемых услуг. Это, с одной стороны, радует, поскольку имеющиеся библиотечные услуги в той или иной степени востребованы, у них есть будущее. С другой стороны, это может свидетельствовать о том, что пользователи ждут от библиотеки большего. Библиотекари осознают, что им предстоит большая работа по формированию номенклатуры услуг, способной более оперативно и полно удовлетворять потребительский спрос. Практически полностью совпадают предложения респондентов обеих групп, касающиеся необходимости активизации деятельности библиотеки по продвижению предоставляемых услуг к населению (у библиотекарей это положение взаимосвязано и с двумя другими: повысить эффективность рекламных мероприятий библиотеки; разработать и внедрить новые средства информирования населения о предоставляемых услугах и как следствие эффективности данной деятельности - увеличить число пользователей). Действительно, важно не только уметь производить нужные населению библиотечные услуги, но и научиться их грамотно преподнести, доказать их необходимость, зафиксировать сам факт существования услуг и т.д. Наличие в библиотеке необходимого для удовлетворения существующего потребительского спроса объема услуг, ресурсов и штата сотрудников является актуальным требованием потребителей, осознается оно и многими специалистами-практиками. Объемы

услуг, продвигаемых к пользователям, на наш взгляд, должны соответствовать уровню потребительского спроса, существующего на рынке. Кроме вариантов ответов, заложенных в анкетах, респондентам было предложено высказать особое мнение по данному вопросу. Многие воспользовались этой возможностью. Они предлагают: увеличить фонд библиотеки за счет новых поступлений, например обращение к старательским артелям насчет покупки новых книг; создать книжный и журнальный фонды популярной литературы силами читателей и организовывать разнообразные книжные выставки; улучшить материально-техническую базу библиотеки; увеличить часы работы библиотеки в вечернее время, открывать ее в выходные и праздничные дни; организовывать при библиотеке различные любительские объединения, клубы по интересам; преобразовать библиотеку в центр досуга, знания и просвещения и т.д. Среди предложений пользователей особого внимания заслуживают связанные с внедрением в библиотечную практику ПЭВМ: предоставлять широкий спектр компьютерных услуг, доступ в ИНТЕРНЕТ, перевести каталоги и картотеки библиотеки в машиночитаемую форму, создать фонд обучающих компьютерных программ и т.п. Исследование показало, что большая половина респондентов-читателей (56,4%) умеет пользоваться компьютером, 72,6% хотели бы получать информацию в библиотеке с его помощью. Несмотря на то, что личный библиотечный опыт не позволил большинству пользователей представить и понять, как могут преобразить библиотеку новые информационные технологии, многие из них, как свидетельствуют результаты исследования, говорят об автоматизации. Причем среди пользователей желающие получать в библиотеке информацию с помощью компьютера представлены различными группами по возрасту, образованию, роду деятельности, интересам и т.п. Как показало проведенное нами исследование, среди потребителей услуги - выдачи документов во временное пользование из библиотечного фонда представлены практически все категории населения. К справочно-консультационным услугам прибегает, в основном, учащаяся молодежь; люди, занятые поиском работы, переквалификацией; решающие различные вопросы (жилищные, социальные,

бытовые, экономические, судебные, охраны здоровья; информации о работе, местонахождении различных учреждений и т.п.); интеллигенция, деловые люди, инвалиды, малоимущие и т.п. Ночным абонементом пользуются преимущественно студенты, а услугами залоговой библиотеки, как правило, те категории пользователей, которые заняты изучением отдельных вопросов, проблем (история, экономика, политика и т.п.) преимущественно по новейшей литературе или чтением самой современной литературы (в том числе эти читатели часто являются приверженцами определенного жанра: «дамских романов», детективов, фантастики). Самые большие расхождения во взглядах на факторы обнаружены: в связи со временем предоставления услуг; степенью охвата потребителей библиотечными услугами и с эффективностью рекламы. Время предоставления услуг чаще называют пользователи, поскольку удобный режим работы является составной частью комфорта, облегчая доступ к библиотечным услугам. На этот фактор важно обратить особое внимание, поскольку библиотеки открыты именно для абонентов, которые хотят посещать библиотеку в свободное время. Сюда же библиотекари причисляют сезонные колебания потребительского спроса, констатируя, что абоненты реже обращаются к предлагаемым услугам в летний период. Как показывает анализ ответов респондентов и знакомство с практическим опытом работы библиотек, повышение потребительского спроса на услуги наблюдается в осенне-зимний сезон, что связано с активной профессиональной, учебной и другой деятельностью большинства пользователей. Летом наступает резкое падение спроса на библиотечные услуги. Это связано с началом отпусков и каникул. Хорошая летняя погода далеко не у всех пользователей вызывает стремление посещать библиотеки. Задачей маркетинговой деятельности в связи с данным фактором можно считать достижение стабилизации сбыта с учетом колебаний спроса посредством активизации элементов продвижения услуг к населению. В данном случае нам представляется важным сохранить имеющийся потребительский спрос и по возможности увеличить его посредством рекламы, прайс-лист и методов стимулирования сбыта. Сделать библиотечные услуги максимально привлекательными для пользователей, предусмотрев льготы и

скидки и т.п. На степень охвата потребителей библиотечными услугами в большей мере указали абоненты. Действительно, нужные пользователям библиотечные услуги должны выявляться и предоставляться в нужных объемах, по доступным ценам. Услуг должно хватать всем желающим ровно на столько, насколько абоненты готовы их потреблять. В данном факторе проявляется сбалансированность потребительского спроса и предложения, перспективных услуг, предлагаемых библиотекарями, отсутствуют названные читателями: помощь в образовании, самообразовании, услуги, содействующие ориентированию в библиотеке, поиску нужной информации; информирование о деятельности местных органов власти и управления. Это свидетельствует о том, что в большинстве случаев потребительский спрос на услуги либо значительно превышает предложение, либо вообще не обеспечен соответствующими библиотечными услугами. На некоторые библиотечные услуги формируется незначительный спрос, порою даже единичный. Но любой (и скрытый, и перспективный) потребительский спрос должен быть изучен, не оставлен без внимания библиотеки, обеспечиваться соответствующим предложением библиотечных услуг. Нет гарантии, что наиболее популярные услуги завтра будут забыты, а услуги, не представляющие в настоящий момент ценности для абонентов, станут востребованы. Кроме того, в условиях информационного бума возможно возникновение потребительского спроса на какие-либо новые услуги.

Прогнозирование потребностей пользователей на будущее - важный фактор, так как задача библиотеки не только удовлетворять имеющиеся потребности, но и содействовать их будущему формированию, т.е. в какой мере вести потребителей.

Список литературы:

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление СПб: Питер, 2002.
2. Ашервуд Б. Алфавит общения библиотеки, М., Либерия 1995г.
3. Бубекина Н. В. Экономические аспекты деятельности библиотеки на современном этапе, М., Либерия 1997г.