



РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИБЛИОТЕЧНЫХ УСЛУГ

Выполнила:

ФИО

Научный руководитель проекта:

ФИО



ОБЪЕКТ, ПРЕДМЕТ

Объект исследования – маркетинговая деятельность библиотек

Предмет исследования – продвижение услуг к пользователям в библиотеках

Гипотеза: Библиотечные услуги не отвечают современным требованиям пользователей



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – обобщение на основе изучения маркетинговой деятельности общедоступных библиотек теории и практики элементов продвижения предлагаемых услуг сегодняшнего дня

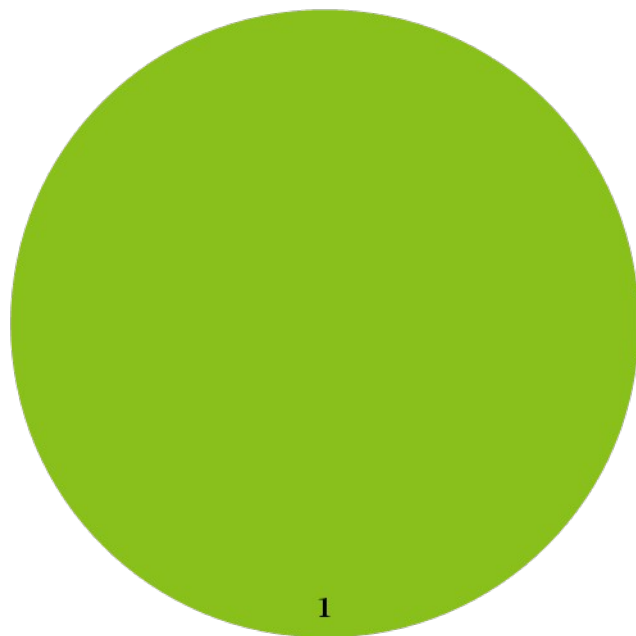
Задачи:

1. Определение сущности продвижения библиотечных услуг.
2. Анализ эффективности методов деятельности библиотек по использованию методов, направленных на формирование потребительского спроса на библиотечные услуги.
3. Исследование и анализ опыта деятельности библиотеки посёлка Усть-Нера, Оймяконского района, по продвижению предлагаемых услуг к пользователям.
4. Разработка рекомендаций по применению основных элементов продвижения библиотечных услуг к пользователям.



УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Исследование спроса на библиотечные услуги



■ Получение документов во временное
пользование из библиотечного фонда

Потребности пользователей в библиотечных
услугах



УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Исследование спроса на библиотечные услуги

Название услуги	Количество ответов			
	Спрос		Предложение	
	Пользователи	В%	Библиотечные работники	В%
			-	
Компьютерные услуги, ИНТЕРЕТ	143	13,8	8	0,5
Справочные услуги	100	12,5	35	5
Консультационные услуги	100	12,5	15	5
Услуги, содействующие ориентированию в библиотеке, поиску нужной информации	85	4,4		
Мероприятия в помощь организации досуга	61	4,1	52	11,8
Информирование о деятельности местных органов власти и управления	56	2,2		
Копировально-множительные УСЛУГИ		1,2	21	3.6

Характеристика соотношения спроса и предложения на библиотечные услуги

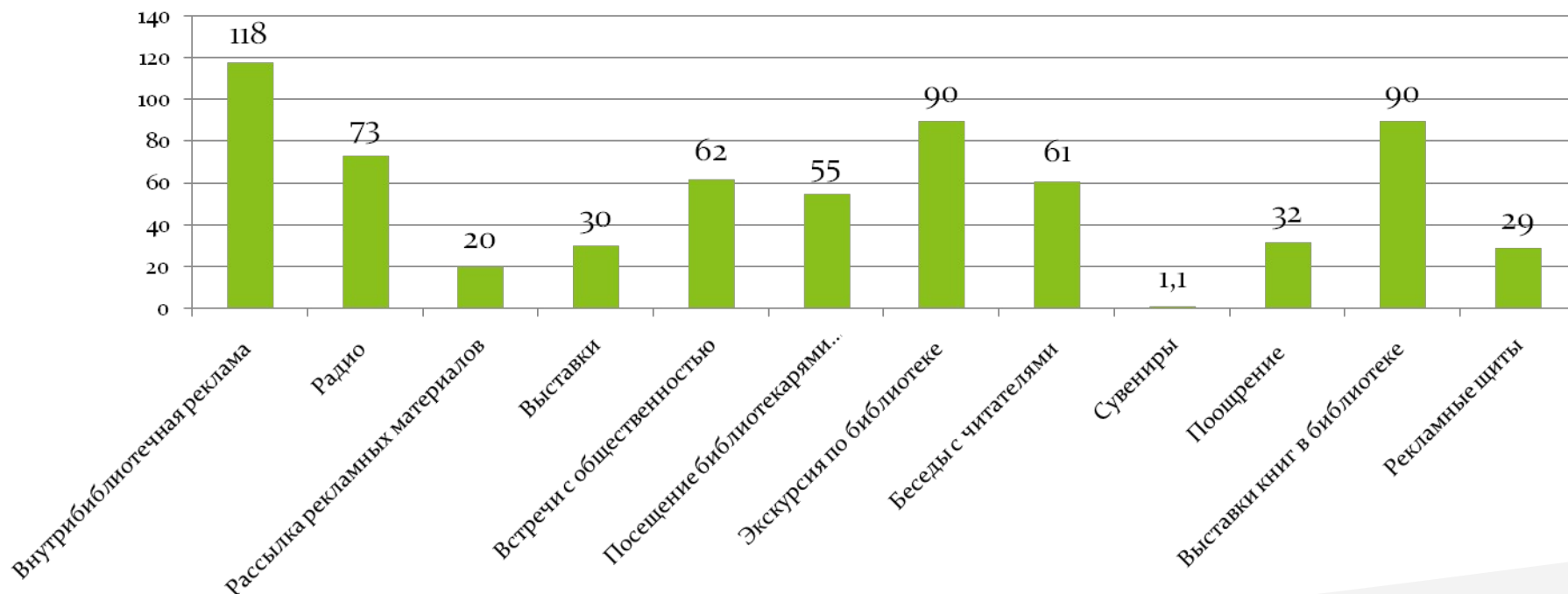
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Исследование спроса на библиотечные услуги



УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Исследование спроса на библиотечные услуги



Формы продвижения услуг к пользователям



УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Исследование спроса на библиотечные услуги

Функции библиотечной рекламы	Количество ответов			
	Пользователей		Персонала	
	число	%	число	%
Создает библиотеке благоприятный имидж	394	70,8	6	3
Помогает привлечь в библиотеку новых пользователей	35	88	6	3
Содействует увеличению объемов потребления оказываемых услуг	8	3,3	6	3

Какие функции на Ваш взгляд выполняет библиотечная реклама

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

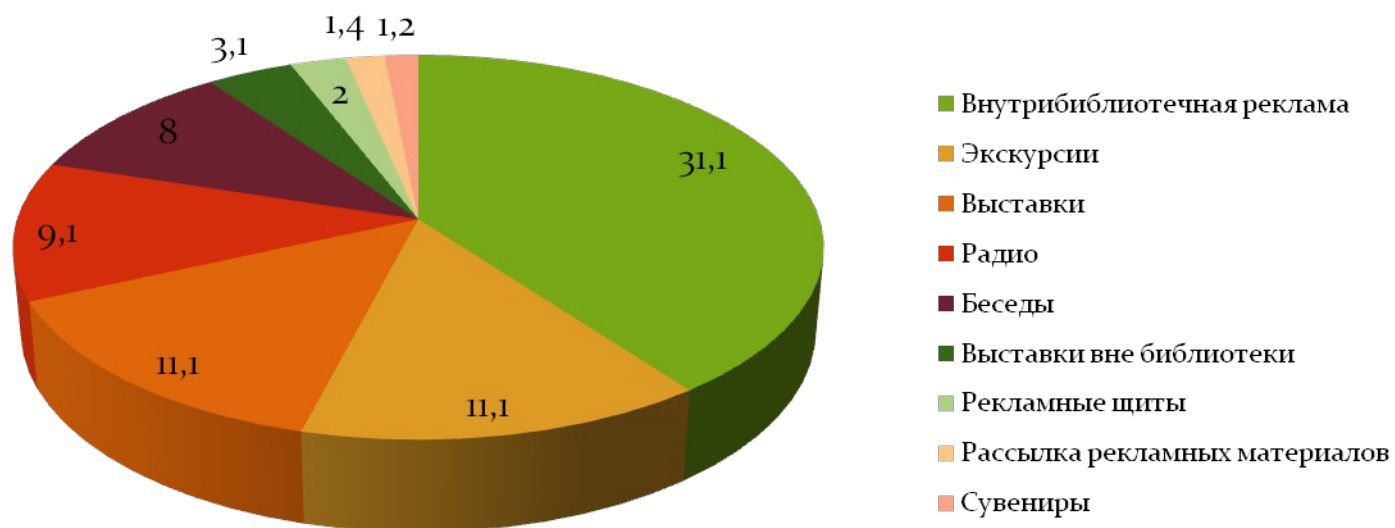
Исследование спроса на библиотечные услуги

Варианты ответов	Количество ответов											
	Пользователей						Библиотекарей					
	Положит		Отриц.		Нейтр.		Положит		Отриц.		Нейтр.	
		%		%		%		%		%		%
Да	393	66	-	-	-	-	6	4,2	-	-	-	-
Не знаю	-	-	-	-	184	30	-	-	-	-	-	-
Нет	-	-	24	4	-	-	-	-	-	-	-	-

Прослеживается ли связь между рекламой библиотечных услуг и увеличение интереса к ним

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Исследование спроса на библиотечные услуги



Рекламные средства, используемые библиотекарями



УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Исследование спроса на библиотечные услуги

Связь с общественностью как элемент продвижения библиотечных услуг к потребителям.

Направления:

1. Установление контактов библиотек с администрацией поселка, социально значимыми учреждениями;
2. Активная работа библиотеки со спонсорами;
3. Участие библиотек в проектной деятельности, в результате чего будут создаваться условия для развития информационного обмена;
4. Взаимодействие библиотек с другими организациями, учреждениями, школами; детскими садами; музеями; домами культуры и т.д
5. Связь библиотек со СМИ;
6. Участие библиотеки района в важнейших событиях местной жизни;
7. Отчеты о деятельности библиотек перед населением,



УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Анализ потребителей библиотечных услуг

Название фактора	Количество ответов	
	пользователи	Библиотекари
Качество услуг	32	14,2
Библиотечный персонал	26,3	18,4
Услуга как объект удовлетворения потребности	20,9	14
Цена на услуги	6,1	27,5
Режим работы библиотеки	5,3	18,4
Изменения в номенклатуре услуг	4,2	2,2
Имидж библиотеки	3,2	4,4
Библиотечная реклама	2	0,9

Сравнительный анализ ответов респондентов

ВЫВОД

Основные направления развития и совершенствования маркетинговой деятельности библиотеки

1. Включить в штат работников маркетолога;
2. Необходимо систематически проводить маркетинговые исследования внешней библиотечной среды, потребностей реальных и потенциальных пользователей; эффективности использования ими библиотечных услуг;
3. Расширять номенклатуру библиотечных услуг;
4. Подчеркивать достоинства и особенности предлагаемых услуг;
5. Повысить уровень профессиональной подготовки кадров;
6. Совершенствовать материально-техническую базу библиотеки;
7. Налаживать долгосрочные связи, отношения с представителями местных органов власти и управления, со спонсорами, деловыми партнерами, другими учреждениями культуры, с индивидуальными и коллективными пользователями.



РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИБЛИОТЕЧНЫХ УСЛУГ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!