

*Бачманова Татьяна Николаевна, зав. отделом учета,
регистрации пользователей и сервисных услуг
БУ «Национальная библиотека Республики Карелия»*

Итоги мониторинга «Оценка эффективности реализации книжной продукции через книжный киоск в рамках проводимых библиотекой мероприятий»

В 2015 году в стенах Национальной библиотеки Республики Карелия (далее БУ «НБ РК») состоялась торжественная церемония открытия первого в Карелии библиотечного книжного киоска. Основная его цель заключается в популяризации книг карельских авторов, издательств Карелии и издающих организаций, работающих на территории республики. Ключевые события, связанные с работой книжного киоска БУ «НБ РК» уже стали историей, они отражаются на страницах «Календаря книжного киоска», который ведут сотрудники отдела учёта, в ведении которого находится книжный киоск.

За четырехлетний период работы киоска сложились свои традиции, установились тесные дружеские и деловые отношения с ведущими издательствами Республики Карелия, авторами Карелии, наметились основные тенденции в читательских предпочтениях, определились перспективы развития в книготорговой деятельности библиотеки. В киоске в настоящее время представлено порядка 10 издательств и издающих организаций республики; более 100 авторов, пишущих в разных жанрах и разной читательской направленности (литература для детей, юношества, взрослых). Ежегодно в книжном киоске реализуется более 330 наименований книжной продукции и более одной тысячи экземпляров книг.

В связи с этим возникла необходимость сбора и обобщения уже существующего опыта работы, выявления основных факторов, влияющих на объемы и динамику продаж книжной продукции через киоск и наиболее эффективных форм работы по продвижению чтения среди населения.

С этой целью был подготовлен и проведен **мониторинг «Оценка эффективности реализации книжной продукции через книжный киоск в рамках проводимых библиотечкой мероприятий»** с охватом всего периода функционирования книжного киоска с августа 2015 года по июнь 2019 года.

Для получения наиболее полной картины по теме исследования в качестве **методов мониторинга** использовались:

- изучение содержания официального сайта БУ «НБ РК» (раздел «Книжный киоск»);
- изучение документов книжного киоска: «Журналы реализации книжной продукции» Отдела учёта, регистрации пользователей и сервисных услуг за 2015-2019 гг.; «Календарь работы книжного киоска»;
- изучение архива Паспортов массовых мероприятий в АРМ «Паспортизация»;
- проведение интервью среди покупателей книжной продукции;
- метод сплошного и выборочного наблюдения (во время проведения массовых мероприятий, во время ежедневного обслуживания покупателей книжного киоска).

Полученные в ходе проведения мониторинга данные обобщены и представлены в текстовом и графическом виде в следующих Приложениях:

Приложение 1.1 Доля реализованной книжной продукции авторов в рамках творческих встреч с автором, презентаций книг (и в первые 2 недели после мероприятия) от общего числа книг этих авторов, поступивших в киоск (в %)

Приложение 1.2 Кол-во приобретенных книг в разных ценовых диапазонах (5-100 рублей; 101-300 рублей; 301-500 рублей; 501-1100 рублей) за весь период мониторинга с августа 2015 г. по июнь 2019 г.

Приложение 1.3 Тематические предпочтения покупателей книжной продукции в книжном киоске БУ «Национальная библиотека РК» 2016- 2018 гг.

Приложение 1.4 Перечень факторов, влияющих (или, предположительно, могут иметь влияние) на продвижение книжной продукции среди населения, которые удалось установить в ходе мониторинга.

Приложение 1.5 Итоги интервью покупателей книжной продукции в киоске БУ «НБ РК».

Выводы:

1. Основными факторами, влияющими на информационную осведомленность покупателей о книжном киоске, являются:
 - размещение информации о киоске и ассортименте книжного киоска на сайте, афишах, рекламных мониторах;
 - продвижение книжной продукции киоска во время проведения массовых мероприятий, организованных всеми структурными подразделениями (творческие встречи с авторами и издательствами, презентации книг, экскурсии по библиотеке с посещением книжного киоска);
2. Наблюдается рост посещений книжного киоска покупателями, которые получили информацию о его работе «от знакомых, друзей, родственников»;
3. Приоритетным фактором, влияющим на выбор книги для покупки, является доступная цена (в диапазоне 101-300 рублей);
4. Пользуются спросом и издания но более высокой стоимости (в диапазоне цен 301-500 рублей). Среди них: новые книги (вышедшие в издательствах в текущем году) и фотоальбомы (или книги «подарочного оформления»). Покупатели руководствуются главным мотивом: «это новинка» или «красивое, подарочное издание, бренд Карелии» (если покупка совершается с целью подарка жителям других регионов России);
5. Увеличение продаж художественной литературы для детей, юношества и взрослой аудитории связано со следующими факторами:
 - с появлением новых авторов, представленных в книжном киоске, разнообразием названий книг авторов Карелии;
 - проведением творческих встреч с авторами, автограф - сессий, презентаций новых книг;
 - приглашением на мероприятия целевой аудитории (школьники, студенты, участники клубов и т.д.).
6. Увеличение продаж литературы краеведческой тематики (фольклор Карелии, история края, история известных граждан Карелии, знаковые события края, декоративно-прикладное искусство Карелии и пр.) определяется следующими факторами:
 - активным продвижением информации о книгах данной тематики на сайте (в разделе «Рекомендуем прочесть»), на рекламных афишах в фойе библиотеки;

- изменением маршрута ознакомительных экскурсий по библиотеке (теперь они проходят через третий этаж, на котором располагается книжный киоск);
- привлечением в библиотеку туристических групп в рамках проекта «Сказочная Карелия»;
- проведением в библиотеке презентаций книг известных карельских авторов (Ю. Шлейкина, Я. Жемойтелите, К. Гнетнева, Н. Васильевой и др.) с приглашением участников описываемых событий и использованием редких архивных материалов. Стоит отметить, что авторитет поэта, писателя или составителя презентуемых изданий, его умение представить книгу также влияют на объемы продаж.

Некоторые выводы могут носить случайный характер по ряду причин, среди которых: большой временной отрезок, охватываемый мониторингом; уровень профессионализма эксперта в части проведения наблюдения за процессами; возникновение ошибок в момент регистрации данных; некорректная расшифровка (интерпретация) мотивов поведения покупателей и пр. Полученные данные подтверждают некоторые тенденции, связанные с покупательской активностью населения, интересом к покупке книжной продукции (несмотря на общее снижение интереса к «печатной книге» и их покупке для личных целей).

Мониторинг выявил перспективное направление в деятельности книжного киоска:

- развитие системы он-лайн заказов книг покупателями из других регионов;
- оплата он-лайн покупок книг через сервис ROBOKASSA;
- отправка заказов с помощью МУП «Почта России».

Опыт организации и работы книжного киоска в библиотеке и итоги мониторинга могут быть взяты за основу для организации книжных киосков и в других учреждениях культуры (например, в муниципальных библиотеках Республики Карелия).

Мониторинг не ставил целью изучить все факторы, влияющие на продвижение книжной продукции среди населения с исчерпывающей полнотой; исследование может быть продолжено по мере накопления опыта работы книжного киоска и с применением других методов.