

ՀՀ ԳՐԱԴԱՐԱՆՆԵՐՈՒՄ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ԱՆՑԿԱՑՄԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

(Ընթերցողների շրջանում կատարված հարցումների հիման վրա)

Բանալի բառեր` գրադարանային մարքեթինգ, մարքեթինգային հետազոտություն, վիճակագրական հարցում, գրադարանային մրցունակություն, տեղեկատվության հավաքագրում, ռազմավարական պլան

Keywords. Library marketing, Marketing research, Sociological questioner, Library competetiveness, Information gathering, Strategic plan

Հայաստանի գրադարանային համակարգի զարգացման կարևորագույն գործոններից մեկը գրադարանային մարքեթինգն է: Գրադարանը մրցակցային պայմաններում կարող է հասնել առավելությունների, եթե ճիշտ կիրառի մարքեթինգային գործիքակազմը, միջոցներն ու սկզբունքները, ահա ինչու մարքեթինգային միջավայրը շատ կարևոր է և հեռանկարային:

Գրադարանային մարքեթինգը պետք է զուգահեռվի ֆինանսական ու մասնագիտական գործունեությանը: Նման մոտեցման դեպքում գրադարանի ֆինանսական և մասնագիտական գործունեությունը ապահովվում է առավելագույն արդյունքներով: Ի՞նչ է գրադարանային մարքեթինգը և ինչպե՞ս կարելի է հասնել ցանկալի արդյունքի՝ հարցեր, որոնց պատասխանները փորձել ենք տալ հոդվածում:

Գրադարանային մարքեթինգ անցկացնելու համար նախ և առաջ պետք է հստակ իմանալ նպատակը, ապա ընտրել միջոցներն ու մեթոդները: 2015 թ. անցկացրած մեր հետազոտության նպատակն էր՝

1. Հետազոտել Հայաստանի ազգային և Ավ. Բսահակյանի անվան կենտրոնական գրադարանների ընթերցողների սոցիալ-դեմոգրաֆիական կազմը, նախասիրությունները, ընթերցանության դինամիկան:

2. Առանձնացնել սպասարկման ոլորտում առկա խնդիրներն ու ընթերցողների դիրքորոշումն այս հարցում:

3. Առանձնացնել ընթերցանության նկատմամբ հարցման մասնակիցների վերաբերմունքը՝ ինչպիսի՞ ընթերցանություն են նախընտրում՝ էլեկտրոնային թե՞ տպագիր:

Հետազոտության անհրաժեշտությունը բացատրվում է ընթերցող-գրադարան կապի ոչ օբյեկտիվ բնույթով: Այդ կապը կարելի է հաստատել ու ամրապնդել՝ ունենալով առաջարկությունների և դիտողությունների նոթատետր, մատյան:

ԳՐԱԴԱՐԱՆԱՅԻՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

Ընթերցողների առավել լայն շրջանակ ապահովելու նպատակով տեղեկատվության հավաքագրումը կատարվել է 2015 թ. մայիս-հոկտեմբեր ամիսներին: Մասնակցել է 320 մարդ (160-160 հարաբերակցությամբ՝ Հայաստանի ազգային և Ավ. Իսահակյանի անվան կենտրոնական գրադարաններում):

Գրադարանների գործունեության մասին ընթերցողների կարծիքը փորձել ենք պարզել հարցաթերթիկների միջոցով:

«Ինչու՞ եք հատկապես Հայաստանի ազգային գրադարան այցելում» հարցին տրվել են հետևյալ պատասխանները՝

Ինձ անհրաժեշտ գրականությունը կա միայն այստեղ	52%
Գրադարանի դիրքը շատ հարմար է	19%
Գրադարանն աշխատում է նաև կիրակի օրերին և կարողանում ենք ժամանակը արդյունավետ օգտագործել	19%
Այստեղ աշխատում են մասնագետներ, ովքեր տալիս են տարբեր հարցերի մասին հետաքրքիր տեղեկատվություն	10%

«Ինչու՞ եք հատկապես Ավ. Իսահակյանի անվան կենտրոնական գրադարան այցելում» հարցին տրվել են հետևյալ պատասխանները՝

Գրադարանի միջավայրը տրամադրող է, հաղորդակցումն ազատ ու անկաշկանդ	29%
Գիրքը կարողանում են տուն տանել և հանգիստ կատարել ցանկացած աշխատանք	39%
Գրադարանում գործող բազմաթիվ դասընթացները նպաստում են գիտելիքների զարգացմանը	32%

Ուրեմն՝ գրադարանի գործունեության առանցքը գրքային ֆոնդն է, և կարևոր նշանակություն ունեն նաև տարաբնույթ միջոցառումները: Կարծում ենք՝ միջավայրը և դիրքը որքան էլ տրամադրող ու հարմար լինեն, աղքատիկ գրքային ֆոնդի դեպքում գրադարանը ընթերցող չի ունենա:

Ավանդական գրադարանի կողքին օր օրի զարգանում է թվայինը: Ժամանակակից տեխնոլոգիաներով հագեցած գրադարանը յուրաքանչյուր ընթերցողի կարողանում է ապահովել տարբեր ծառայություններով: Անհատը կարիք ունի ընթերցանության, այսինքն՝ որոշակի գրականության, ահա ինչու գրադարաններն ընթերցողներին ապահովում են բազմաբնույթ գրականությամբ: Երկու գրադարաններն էլ այսօր առաջարկում են որոշակի ծառայություններ, որոնք հիմք են հանդիսանում կոմերցիոն և ոչ կոմերցիոն մարքեթինգի համար:

Վիճակագրական հարցումների արդյունքում պարզվեց, որ երկու գրադարանների ընթերցողների զգալի մասը Երևանի բնակիչներ են, ՀԱԳ-ում ընթերցողների մեջ գերակշռում են իզական սեռի ներկայացուցիչները: Նշենք նաև, որ Ավ. Իսահակյանի

ԳՐԱԴԱՐԱՆԱՅԻՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

անվան գրադարանում գրքերը տուն տրվում են միայն Երևանում գրանցում ունեցողներին: Երկու գրադարաններում էլ ընթերցողների գերակշռող մասը ուսանողներ են: Նրանց մեծ մասը օգտվում է գրադարաններից՝ ուսման ընթացքում և աշխատանքում առաջացած անհրաժեշտությունից ելնելով, ինչպես նաև ընթերցանության պահանջմունքը բավարարելու համար: Հարցման արդյունքներից պարզ դարձավ, որ ընթերցող-մասնակիցների մեծ մասը գրադարան է այցելում հաճույքով և գոհ է գրադարանի սպասարկման համակարգից: ՀԱԳ-ի տարբեր նշանակության ընթերցասրահների աշխատանքը բարձր է գնահատվել, իսկ Ավ. Իսահակյանի անվան գրադարանում առանձնացել է Մանկական գրականության բաժինը, որը փոքրիկ ընթերցողների համար պարբերաբար կազմակերպում է հեքիաթի ընթերցում և մուլտֆիլմերի ցուցադրում: Մարքեթինգային գործունեության տեսանկյունից բաժինը հաճախ կապ է հաստատում դպրոցների, քոլեջների, վարժարանների և մանկապարտեզների հետ՝ նրանց գրադարանի միջոցառումներում ներգրավվելու համար: Սա կարևոր քայլ է՝ ընթերցողին վաղ հասակից գրադարանին հաղորդակից դարձնելու համար:

Էլեկտրոնային և տպագիր գրքերի նկատմամբ վերաբերմունքը դիտարկելիս տարբեր էին մոտեցումները: Ֆունկցիոնալ տեսանկյունից երիտասարդության շրջանում էլեկտրոնային նյութերը տպագիր տարբերակներից նախընտրելի են: Պարզվում է, որ երկու գրադարաններում էլ երիտասարդների համար տպագիր գրքերը (հատկապես մասնագիտական) մեծապես զիջում են էլեկտրոնային գրքերին մի շարք պատճառներով՝

- Համացանցով հնարավոր է ավելի արագ գտնել անհրաժեշտ գիրքը և միանգամից կարդալ:
- Հնարավոր է միաժամանակ կարդալ և սոցիալական ցանցեր այցելել:
- Համակարգչով ընթերցելը թույլ է տալիս զուգահեռ նշումներ կատարել:
- Տպագիր գիրքը գումար արժե, մինչդեռ համացանցում հնարավոր է գտնել գրքի անվճար էլեկտրոնային տարբերակը:

Ավելի բարձր /50-ից բարձր/ տարիքային խմբի մասնակիցների համար նախընտրելի է տպագիր տարբերակը: Սա գուցե պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ մեծահասակներն առաջնորդվում են սովորույթով կամ էլ լավ չեն տիրապետում էլեկտրոնային նյութերի հետ աշխատելու հմտություններին: Գրքի տեսակի ընտրության առումով հարցվողների ավելի քան 85%-ը նախընտրում է տպագիր տարբերակը: Էլեկտրոնային տարբերակը նախընտրելի է հարցվողների շուրջ 10%-ի համար և աուդիո տարբերակներ՝ 5%:

ՀԱԳ-ում տպագիր գրականության ընթերցանության ընդհանուր պատկերն այսպիսին է՝

գեղարվեստական գրքերի ընթերցանություն՝ 38%
տպագիր թերթեր, ամսագրեր՝ 29%-ը,
մասնագիտական գրքեր՝ 33%-ը:

Հարցման նպատակներից էր նաև պարզել ընթերցողների հաճախումների հաճախականությունը սեզոնային (եղանակային) փոփոխությունների ընթացքում:

ԳՐԱԴԱՐԱՆԱՅԻՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

ՀԱԳ-ի ընթերցողների 54 %-ը, ըստ մեր կողմից անցկացված սոցիոլոգիական հարցումների, ուսանողներ են, որոնք ուսումնառության տարիներին ակտիվորեն օգտվում են հենց այս գրադարանից: Նրանց ճնշող մեծամասնությունը կանոնավոր կերպով գրադարան է հաճախում զարնանային և աշնանային քննաշրջանի նախօրյակին՝ ուսումնական ծրագրերի լրացման և նոր գիտելիքների ձեռքբերման համար: Ահա ինչու ամռանը հաճախումների թիվը կտրուկ նվազում է: Այստեղ առանձնացնենք միայն արտասահմանում սովորող ուսանողներին, ովքեր իրենց արձակուրդի շրջանը տրամադրում են ՀԱԳ-ում պահպանվող տարբեր հավաքածուների ուսումնասիրմանը: Գրադարան չայցելելու պատճառներից է նաև շոգը, ուստի ընթերցանության բացը լրացնում են թվայնացված գրականության միջոցով՝ առանց գրադարան այցելելու: Նույն պատկերն է նաև Ավ Իսահակյանի անվան գրադարանում: Գարնանային շրջանում գրադարանը լի է ընթերցողներով: Հատկապես ակտիվ շրջան է համարվում մայիս ամիսը: Գրադարանի համար պասիվ շրջան են համարվում հուլիս և օգոստոս ամիսները¹: Աշնանը՝ սեպտեմբեր ամսից սկսած, կտրուկ աճում է ընթերցողների թիվը. հիմնական ընթերցողներ են հանդիսանում ուսանողները: Ավ. Իսահակյանի անվան կենտրոնական գրադարանը ապահովում է քաղաքային բնակչության գրադարանային-տեղեկատվական մատչելիությունը մեթոդական, մասնագիտական և տեղեկատվական ծառայություններով: Գրադարանում կազմակերպվող միջոցառումները հասարակության տարբեր շերտերի և գրադարանի ընթերցողների հետ յուրատեսակ կապի և համագործակցության միջոց են հանդիսանում: Հաճախակի միջոցառումները, սեմինարները, քննարկումները, վերապատրաստումները գրադարանը դարձնում են ընթերցողների հավաքատեղի:

Հարցման արդյունքների հիման վրա կարող ենք եզրակացնել, որ ՀԱԳ-ը մրցակցային շուկայում կայուն դիրք է գրավում, սակայն դիրքերն էլ ավելի ամրապնդելու համար, պետք է պարբերաբար իրականացնի մարքեթինգային հետազոտություններ՝ ընթերցողների խելամիտ պահանջները իրականացնելու համար: Գրադարանավարի և ընթերցողի համատեղ գործունեությունը օգնում է ՀԱԳ-ին հասնել որոշակի արդյունքի և լուծել որոշ կարևոր խնդիրներ: Ցանկալի է, որ ՀԱԳ-ում կազմակերպվեն տարաբնույթ դասընթացներ, որոնք ինչ-որ կերպ օգտակար կլինեն ընթերցողներին և կկտրեն նրանց միօրինակ առօրյայից:

Ավ. Իսահակյանի անվան գրադարանը սպասարկման համակարգում հասել է հաջողությունների, սակայն գրադարանն ունի շատ անելիքներ՝ գրքային ֆոնդը համայրելու ուղղությամբ: Կարևոր է նաև, որ գրադարանում լինեն պատճենահանման, տպիչ սարքեր, որոնք կհեշտացնեն ընթերցողների աշխատանքը:

Ի՞նչից են դժգոհ մեր ընթերցողները, ի՞նչ են առաջարկում և ի՞նչ սպասելիքներ ունեն գրադարաններից: Ներկայացնենք նախ ՀԱԳ-ի ընթերցողների կարծիքը:

Ընթերցողներն ավելորդ են համարում ուստիկանների հսկողությունը՝ նշելով, որ կարելի է անցնել էլեկտրոնային հսկողության նորագույն համակարգերի, ինչը,

¹ Այդ ամենի մասին են վկայում նաև մեր կողմից ամռան ամիսներին անցկացվող սոցիոլոգիական հարցումները՝ շուրջ 70 օր՝ ի տարբերություն զարնանային գործնական շրջանի, որը տևել է 20 օր:

ԳՐԱԴԱՐԱՆԱՅԻՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

կարծում ենք, հեռանկարային հարց է: Շենքային պայմանների բարելավման հարցը օրակարգային է և՛ ընթերցողների, և՛ ՀԱԳ-ի աշխատակիցների համար:

Գրադարանն իրականացնում է ներքին միջավայրի բարելավման աշխատանքներ, ուստի համոզված ենք, որ կարճ ժամանակ անց գրադարանը կլինի գեղեցիկ, հարմարավետ կահավորված, ապահովված գերհզոր համակարգիչներով: Ըստ արդյունքների՝

ա. Կարևոր է էլեկտրոնային գրացուցակներով սպասարկումը, նաև հեռախոսազանգով պատվերի ընդունումը: Մեր կարծիքով, պատվերի ընդունումը հեռախոսով կազմակերպելը մարքեթինգային լուրջ քայլ կլինի մեծ քանակի ընթերցողներով գրադարանը համալրելու գործում:

բ. Ընթերցողների 58%-ը գրքի մերժման փաստի շուրջ առաջարկում են այն տեսակետը, որ մեկ օրինակ գիրքը պետք է պատճենահանվի և միշտ առկա լինի ընթերցասրահ տրվելու համար:

գ. Ընթերցողների զգալի մասը, առաջարկել է անհատական բաժնույթը դարձնել շատ մատչելի ուսանողական զանգվածի համար (նշենք, որ անհատական բաժնույթի մեկ ամսվա արժեքն է 1500 դրամ):

դ. Ընթերցողների 22%-ը պնդում են, որ գրադարանում պետք է գործի բուֆետ, առկա լինեն սուրճի սարքավորումներ գրադարանի սպասարկող օղակներին կից: Ընթերցողների 20% էլ առաջարկում են, որ գրադարանի ներսում լինի գրենական պիտույքների վաճառակետ:

ե. Ընթերցողներն անհրաժեշտ են համարում գրադարանի ֆոնդերն համալրել օտարալեզու գրականությամբ, ձեռք բերել ժամանակակից գրականություն հենց հրատարակիչներից, համալրել ֆոնդերը մասնագիտական գրքերով:

զ. Ընթերցողների զգալի մասը պահանջում է ավելացնել պատճենահանման սարքերը, գրադարանի բակը դարձնել բարեկարգ, հանգստի այգի:

է. Ընթերցողներն անհրաժեշտ են համարում գրադարանի ողջ տարածքում տեսնել ազգային իրեր, տարրեր, ցանկանում են գրադարանը տեսնել ազգայինը պահող, ազգային մշակույթը խթանող լուրջ համալիր:

ը. Ընթերցողները խնդրանք-հորդոր են ներկայացրել ՀԱԳ-ին, որ գոնե ուսումնական քննաշրջանների նախօրյակին գրադարանի սպասարկման սրահներն աշխատեն ավելի երկար ժամային գրաֆիկով:

Ավ. Իսահակյանի անվան կենտրոնական գրադարանի ընթերցողներն առաջարկում են.

ա.	Լավագույն գեղարվեստական և մասնագիտական գրքերը կամ չեն լինում կամ էլ, որպես կանոն, զբաղված են լինում ներքին կամ անհատական բաժնույթների մոտ: Անհրաժեշտ է ավելացնել այդ գրքերի քանակը, փոշեզրկել և ուղարկել կազմատուն	36%
բ.	Գրադարանի տարածքը փոքր է և քիչ է հարմարավետությունը	31%
գ.	Գրադարանում՝ հատկապես սպասարկման օղակներում, ցանկալի	25%

ԳՐԱԴԱՐԱՆԱՅԻՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

	կլիներ, որ աշխատակիցները լինեն երիտասարդ: Այսօր ցածր է մասնագիտական մակարդակը	
դ.	Գրադարանում ամռանը շատ շոգ է, բացակայում են օդորակիչները և անհնար է լինում զբաղվել ընթերցանությամբ	8%

Ամփոփելով՝ նշենք, որ Ավ. Իսահակյանի անվան կենտրոնական գրադարանում հաճախակի պետք է իրականացվեն մարքեթինգային վերլուծություններ՝ հասկանալու համար՝ ինչ է ուզում ընթերցողը: Ժամանակն է քայլեր ձեռնարկել գրքային ֆոնդը համալրելու ուղղությամբ: Անհրաժեշտ է հասկանալ ընթերցողին, հաշվի առնել նրա կարծիքը: Անհրաժեշտ է քաղաքապետարանի հետ միասին քննարկել և քայլեր ձեռնարկել գրադարանի տարածքի մեծացման ուղղությամբ: Ընթերցողները նշել են, որ գրադարանում պակաս է հարմարավետությունը՝ թույլ է լուսավորությունը, ընթերցասրահները փոքր են և հնարավոր չէ լիարժեք հանգստանալ, գրադարանը երեկոյան շուտ է փակվում, իսկ կիրակի օրերին ընդհանրապես չի աշխատում:

Մարքեթինգային հետազոտության ընթացքում պարզ դարձավ, որ երկու գրադարաններում էլ սպասարկման մակարդակը գրեթե նույնն է. Տարբերությունը, թերևս, գրքային ֆոնդն է: Ընթերցող-ուսանողները հաճախակի են օգտվում Ավ. Իսահակյանի անվան կենտրոնական գրադարանից, քանի որ հնարավորությունն ունեն գիրքը տուն տանելու: Բայց նաև նշում են, որ ժամանակն է գրադարանը համալրել տարատեսակ գրքերով և ամսագրերով: Ընթերցողների զգալի մասը կարևորում է այս գրադարանում կազմակերպվող դասընթացների առկայությունը և ցուցաբերում է ակտիվ մասնակցություն դրանցում, առաջարկում է ստեղծել հանգստի մի սենյակ, որտեղ ընթերցողները կկարողանան հաղորդակցվել միմյանց հետ և կարծիքներ փոխանակել: Ավ. Իսահակյանի անվան կենտրոնական գրադարանում սպասարկման որակն առավել արդյունավետ կազմակերպելու համար անհրաժեշտ է ավելացնել համակարգիչների քանակը:

Ամփոփելով՝ նշենք, որ գիտատեղեկատվական առաջընթացի այս դարաշրջանում փոխվել է վերաբերմունքը գրադարանների նկատմամբ: Դա բնական է, որովհետև գրադարանները համարվելով ազգային և համաշխարհային տպագիր մշակույթի գանձարաններ՝ նպաստել են հասարակության գիտատեխնիկական առաջընթացին՝ մարդկությանը հրամցելով գիտության և տեխնիկայի նորագույն նվաճումները: Հայաստանի ազգային և Ավ. Իսահակյանի անվան կենտրոնական գրադարաններն այսօր տեղեկատվական կարևորագույն կենտրոններ են. դրանք բավարարում են ընթերցողի պահանջը ոչ միայն իրենց ունեցած գրքային ֆոնդով, այլև միջգրադարանային բաժնույթի և համակարգչային տեղեկատվական միջոցներով: Եվ եթե երկու գրադարաններն էլ հաշվի առնեն ընթերցողների պահանջները, ժամանակ առ ժամանակ ուսումնասիրեն շուկան, կկարողանան գրավել ավելի մեծ մասնաբաժիններ՝ ոլորտում լինելով առաջատար և պահանջված հանրության կողմից:

ԳՐԱԴԱՐԱՆԱՅԻՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

Հաշվի առնելով կատարված համեմատական քննությունը՝ հանգել ենք հետևյալ եզրահանգմանը.

Հայաստանի ազգային և Ավ. Իսահակյանի անվան կենտրոնական գրադարանների գործունեության արդյունավետության չափորոշիչը ընթերցողների քանակն է: Այն ապահովելու համար անհրաժեշտ է պարզորոշ պատկերացում կազմել, թե ե՞րբ և ի՞նչու է օգտվողը հաճախում գրադարան: Ընթերցողի պահանջները հետազոտելն ու հետևություններ անելն անչափ կարևոր է յուրաքանչյուր գրադարանի համար, իսկ պատկերը կարող ենք ունենալ ճիշտ ընտրված ռազմավարական պլանի առկայության դեպքում: Ռազմավարական պլանի գլխավոր առավելությունը կայանում է նրանում, որ այն հանդիսանում է գործողության ամբողջական և իրավասու ղեկավարություն: Այստեղից էլ հետևություն, որ գրադարանային հաստատության մրցունակությունը և առանձնահատկությունները մեծապես կախված են ճիշտ ընտրված ռազմավարական պլանից և գլխավոր նպատակների հասնելու առանձնահատկություններից:

AGHAVNI TADEVOSYAN

MARKETING RESEARCH AS A TOOL FOR THE ARMENIAN LIBRARIES (PATRON SURVEY RESULTS)

SUMMARY

Library marketing is a new strategic direction for the Armenian Libraries. Survey results for 2 libraries – the National Library of Armenia and the Yerevan city Municipal library are analyzed.