
МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯ НА ОБЩЕСТВЕНА БИБЛИОТЕКА

Любомир Любенов¹

¹Русенски университет "Ангел Кънчев" – Русе, България

Е-мейл: ¹LLyubenov@uni-ruse.bg

Резюме: Целта е разработване на маркетинг стратегия на Регионална библиотека "Любен Каравелов" – Русе. Средствата за адекватно развитие и оцеляване на изследваната библиотека като цяло не достигат. Държавните и общинските институции и структури, като ключови финансови и др. партньори, нямат устойчиви политики и дългосрочна визия за развитие на библиотеката, което налага диверсифициране на източниците ѝ на финансиране чрез маркетинг стратегия. Съобразно това са сегментирани пазарите, детерминирани са настоящите и перспективните ѝ целеви пазари, изведени са подходи за позициониране на Регионална библиотека "Любен Каравелов" – Русе. Разработени са маркетинг инструменти "8P" (Product, Place, Promotion, Price, Processes, Physical Environment and Evidence, People, Productivity and Quality) и „4C“ (Customer, Convenience, Communication, Cost), осигуряващи по-добро позициониране на библиотеката и реализиране на стратегията.

Ключови думи: бизнес модел, сегментиране, позициониране, таргетиране, маркетинг инструменти.

Тази статия се **цитира**, както следва: **Любенов, Л.** (2024). Маркетинг стратегия на обществена библиотека. Народноstopански архив, (2), с. 3-22.

URL: nsarhiv.uni-svishtov.bg

DOI: <https://doi.org/10.58861/tae.ea-nsa.2024.2.01.bg>

JEL: H 53, M 31, M 38.

* * *

УВОД

Актуалността на проблема за маркетинг стратегиите на българските обществени библиотеки произтича от важната им роля в съвременното информационно общество. Маркетинг стратегиите имат важна роля за изследването, създаването, получаването и запазването на

стойността и клиентите (Любенов, 2023). Те са важни за оцеляването, устойчивото развитие и просперитета на сектора на обществените библиотеки в България. Този сектор е под въздействието на глобални заплахи и възможности, адаптирането към които налага разработване на маркетинг стратегии за оцеляване и постигане на конкурентоспособност.

Пандемията от COVID-19 стагнира много сектори и ускори дигитализацията в глобалната икономика. Тя показва, че е необходима висока степен на дигитализация и на съвременните библиотеки, за да оцелеят в новите пазарни реалности. Преодоляването на глобалните предизвикателства на съвременното информационно общество налага, нестопанските организации, към които спадат и обществените библиотеки, да разработят маркетинг стратегии за адаптиране към пазарните промени. Потребителите на обществените библиотеки се променят, което изисква маркетинг стратегии за адаптиране към новите им нужди и потребности.

Изследванията, посветени на маркетинг стратегиите на обществените библиотеки в България, са нищожни, а значението им за ускорено и устойчиво развитие на българското информационно общество е голямо, поради което осветляването им ще подобри развитието на редица сектори. Целта е разработване на маркетинг стратегия на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе. Тя ще се постигне чрез 1) анализ на бизнес модела; 2) сегментиране, таргетиране и позициониране; 3) разработване на маркетинг инструментариум. Изследването е структурирано в посочените три части и включва комплексното съчетаване на анализ, синтез, сравнение, математически и графични методи.

Общите приходи на 27-те регионални библиотеки през 2022 г. са 29 431 хил. лв., от които държавата осигурява близо 27 613 хил. лв. за финансирането им (НСИ, 2023). На база на общото финансиране на дейността на всички видове библиотеки приходите на регионалните заемат около 63% от финансирането на останалите библиотеки – национална, читалищни и градски, към висшите училища, специални. В резултат на реализираните приходи регионалните библиотеки са направили разходи за 27 270 хил. лв., от които за работна заплата и осигуровки – 17 860 хил. лв., в т.ч. на библиотекарите 13 044 хил. лв. и др. разходи в размер 9 360 хил. лв.

Регионалната библиотека „Любен Каравелов“ – Русе се помещава в сграда, която е паметник на културата и притежава най-богатата публична колекция от над 4 500 оригинални екслибриса. Построена през 1916 г. по проект на завършилия в Париж арх. Никола Лазаров, тази великолепа архитектурна творба е дом на първата в България търговско-индустриална камара, основана в Русе през 1890 г. През 2007 г. на сградата е поставен знак „Европейско наследство“. Опазването и обогатяването на това значимо историческо, културно и др. богатство изискват маркетинг

стратегии за диверсифициране на източниците ѝ на финансиране и развитие.

Бизнес модел

Бизнес моделът включва (Станимиров, 2022): потребителите; уникалното предложение (комбинация от продукти и/или услуги, които се предлагат на клиентите); дистрибуционните канали за достигане до клиентите; взаимодействието и комуникацията с клиентите; източниците на приходи; ключовите ресурси; ключовите дейности за функциониране; ключовите партньори; разходната структура.

Таблица 1 показва слаб ръст и известна устойчивост на потребителите и заеманията през последните девет години, които съвсем естествено се влошават през пандемията COVID-19, но след това се възстановяват. Въпреки че за страната тенденцията е, средният брой на заеманията бавно да намалява на годишна база при всички видове библиотеки (НСИ, 2023), то при изследваната библиотека не е така и дори има известно нарастване.

Таблица 1.

**Посетители, потребители и среден брой заемания в хиляди,
(Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе, 2024)**

Година	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Посетители	113	125	136.5	92.6	82	45.6	50.6	68.7	89.3
Потребители	7.1	8	8.5	7.3	7.3	4.9	6	8.3	9.3
Заемания	168.2	184.8	195.5	175.9	153.1	95.3	108	128.8	188

Потребителите все още възприемат библиотеката като място за четене и вземане на книги. В по-широк смисъл като уютно място за информация и комуникация за всеки, без разлика във възраст, пол, етнос или религия. Регионалната библиотека „Любен Каравелов“ – Русе трябва да подкрепи ученето през целия живот, като същевременно осигури среда за активно социално взаимодействие на местните общности. Необходими са широк набор от библиотечни, културни и др. услуги, свързани с технологии, вкл. услуги в подкрепа на общността – възможности за забавление и общуване. Библиотеката трябва непрекъснато да развива нови и все по-интерактивни услуги.

Библиотеката е разположена в сградата на Дондуков-Корсаков в центъра на град Русе. Тя няма филиали и не разполага с развита мрежа от клонове. Въпреки че библиотеката има стратегия за дигитализация

(www.libruse.bg, 06.04.2024), то дигитализацията на библиотечните и др. фондове с възможност за клиентски достъп до тях е много слаба, поради което все още липсват онлайн дистрибуционни канали. Голяма част от сканираните документи не се виждат в каталога на библиотеката, тъй като са с действащи авторски права и са видими само чрез служебен интерфейс в режим офлайн.

Представата за слаба дигитализация на библиотеката – около 0,4% – се дължи на липсата на актуална база данни на национално ниво. До момента част от библиотечните фондове са дигитализирани по проекта Север + (<https://bgseverplus.eu>, 06.04.2024) и проекта „Писмените съкровища на Долен Дунав“ (www.litdanube.eu, 06.04.2024). Освен това библиотеката е предоставила над 3000 документа, които са дигитализирани в рамките на дейностите по проекта на Община Русе (<https://digiruse.eu>, 06.04.2024). В момента дигитализация е в ход, като по данни на библиотеката броят цифрови копия, налични в електронния ѝ каталог към 2024 год., е 6233.

Библиотеката комуникира с потребителите по електронна поща, телефон, социални мрежи. Тя има сайт и лайвчат за моментни съобщения. Всеки отзив, оставен в Google Business Profile от потребителите, се анализира и получава отговор. Въпреки това библиотеката има остра нужда от популяризация, защото добрите примери, като възможността за ползване на принтери – вкл. и 3D, скенери, компютри и много др. технологични, културни и развлекателни услуги, не достигат до обществеността и на практика не водят до по-добри резултати за институцията.

На регионално ниво са необходими комуникационни активности в сферата на PR от страна на библиотеката – на офлайн и онлайн равнища, а на национално ниво такъв от страна на Българската библиотечно-информационна асоциация (ББИА). Последната трябва да представлява всички от бранша на национално ниво. Тя следва да популяризира бранша сред обществеността и да отстоява интересите му пред Министерството на културата, като се бори за подобряване на средата и финансовата обезпеченост на сектора.

Библиотеката следва да увеличи приходите си чрез: 1) привличане на повече средства от държавния и общинския бюджет; 2) диверсифициране на източниците на приходи. Въпреки че размерът на отпусканите от държавата средства нараства почти всяка година (Табл. 2), ефектът от увеличението им е минимален, тъй като повече се покачват други ключови икономически показатели като минималната работна заплата, осигуровките, инфлацията и др., които влошават финансовото ѝ положение. Финансирането е недостатъчно, което ограничава развитието, оцеляването и просперитета ѝ.

Основната част от приходите за 2023 г. имат следната структура (www.libruse.bg, 03.04.2024): бюджетна субсидия – 77%; собствена дейност – 3,2 %; други – 19,8%. Първото перо заема 77% от структурата на приходите, а собствената и др. дейност 23%. Структурата на приходите показва, че най-голямата част от тях са от бюджетна субсидия и т.нар. други – предимно проектно финансиране. Приходите от собствена дейност са 3,2%, което показва силна финансова зависимост от Министерството на културата. Необходимо е значително увеличаване на приходите от собствена, проектна и др. дейност за постигане на финансова независимост, автономно и динамично развитие в съвременния турбулентен свят.

Таблица 2.

Динамика на финансирането в хил. лв.
(Регионална библиотека “Любен Каравелов“ – Русе, 2024)

Години	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Държавно	588.6	766.1	758.3	862.1	949.1	1045	1216.4	1372	1597.3
Собствено	55.52	39.60	41.603	39.54	45.266	37.190	40.494	13.785	68.246
Др.	43.03	21.8	13.38	22.82	70.62	56.92	71.78	851.76	411.05

ББИА следва да бъде проактивна към Министерството на културата при отстояването на исканията за по-голямо финансиране за областта на културата с обективни аргументи и към Министерството на финансите. Трябва да се даде отговор, как със същите ограничени ресурси да се реорганизира работата на библиотечната мрежа, така че тя да предлага по-качествени услуги на своите потребители. Оптимизацията на библиотечната мрежа ще освободи ресурси, които не се изразходват за библиотечна дейност.

Базовите ресурси на библиотеката включват библиотечен фонд от над 600 000 единици и сграден фонд от около 6000 кв. м. Персоналът се състои от квалифицирани библиотекари, специалисти по информационни технологии и със специфични умения – дизайн, предпечат, книговезки и педагогически услуги. Има автоматизирана библиотечна система, която включва и електронен каталог, който се явява мощен маркетинг инструмент, предоставящ възможности за комуникация с потребителите, представяне на съдържанието на фонда с дигитални копия на документи, вкл. достъпни онлайн.

Ключовите дейности изискват комбинация от компетентности на специалистите, които формират библиотечни и др. услуги, комуникационни и дистрибуционни канали от веригата на стойността. Докато универ-

ситетите са с ключова дейност образователни услуги и научни изследвания, то образователните услуги, които предлага библиотеката, са предназначени за лица, които не са част от сферата на формалното образование – хора в извън трудоспособна възраст, деца и подрастващи по време на ваканциите и в свободното им време. Други ключови дейности са специализирани информационни услуги (библиографски и фактографски), книговезки и с голяма перспектива са дигитализираните библиотечни услуги.

Ключови партньори са държавните и общинските институции и структури, образователните институции (училища от системата на средното образование, университети и др.), неправителствените организации и предприятия от бизнеса. Те имат много важна роля не само за финансовото състояние на организацията, с принципал Министерството на културата, но и за достъпа ѝ до повече потребители на нейните услуги.

Националните програми и закони (Закон за обществените библиотеки, Закон за народните читалища) са противоречиви и не дават представа за визията на държавата за дългосрочното развитие на обществените библиотеки и ролята им за развитието на местните общности. Те не кореспондират с нарастващата значимост на библиотеките в европейски и световен мащаб като центрове за обучение, култура, комуникация и интеграция.

Библиотеката е включена в общинския план за развитие, но в него са заложили предимно цели, свързани с прякото функциониране на библиотеката, а не толкова с дългосрочното ѝ устойчиво развитие. Няма общинско финансиране и общинска комисия за развитие на библиотечно-информационното обслужване, независимо че изискването е нормативно определено. Необходима е политика за поддържане на работеща и полезна за общността библиотека на местно ниво, за да се превърне в приоритет и престиж за общината.

Библиотеката е в колаборация с редица университети, които участват в ежегодната ѝ конференция. Приема стажанти и практиканти от университети, сътрудничи си с тях в областта на високите технологии. Обменя идеи и добри практики в областта на библиотечно-информационните науки и др. области, университетски изследователи като експерти участват в изпълнението на проекти на библиотеката, провежда срещи за решаване на практически проблеми. Библиотеката ползва финансова подкрепа от Фонд научни изследвания – 10 хил. лв. за 2024 год.

Библиотеката си партнира и с неправителствени организации за реализиране на проекти (www.libruse.bg, 06.04.2024). Работи по Еразъм основно с партньори неправителствени организации, като само през 2024

год. има подадени три проектни предложения по Еразъм основно с неправителствени организации. Фокусът на всички проекти е дейност, която е специфична за библиотеката, напр. библиотерапия. Библиотеката участва редовно в проекти с Фондация „Глобални библиотеки“ (<https://glbulgaria.bg>, 07.04.2024), които са насочени към повишаване на компетентността на библиотекарите, усвояване на нови знания и формиране на устойчиви библиотечни услуги.

Основната част от разходите за 2023 г. имат следната структура (www.libruse.bg, 03.04.2024): заплати и възнаграждения – 66%, в т.ч. на библиотекарите – 35,4 %; книги, продължаващи издания и др. библиотечни документи – 3%; други разходи – 31%. Основните специалисти – библиотечните работници, не получават добро възнаграждение. Най-малката част на разходите е за книги и др. библиотечни документи, т.е. за обновяване на библиотечния фонд, който е ключов ресурс за институцията. Генералният проблем е, че средствата за обезпечаване на основни дейности не достигат, което ограничава съществено възможностите за динамично и адекватно развитие и оцеляване в съвременния несигурен свят.

Сегментиране, таргетиране и позициониране

Макросегментацията се явява първата стъпка в сегментирането на пазарите на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе, защото има за задача да идентифицира „продуктовите пазари“ (Любенов, 2023). След това с микросегментация се идентифицират и пазарите на дефинираните макросегменти. Като критерии за сегментиране ще се използват различни променливи съобразно спецификата на пазарите. Сегментирането на пазарите се явява изходна база за дефиниране на целевите пазари на библиотеката.

В настоящия момент предоставянето на книги от библиотеката за заемане от клиентите ѝ обхваща над 80% от нейните продукти. Останалите продукти и услуги (библиографски справки, фактографска информация, сканиране по заявка; обучения по финансова, компютърна, медийна и др. грамотност; културни и събитийни услуги, като представяне на книги, срещи с творци, прожекции на филми, спектакли, концерти, изложби, конференции; изработване на предмети на 3D принтер; издателска дейност, сканиране, принтиране, ксерокопиране; развлекателни услуги като туристическа обиколка на библиотеката и др.) имат нишов характер. Продуктите и услугите на библиотеката формират продуктовите ѝ пазари (Фиг. 1), т.е. макроравнище.

Библиотечни услуги (основна - заемане на книги)	Библиографски справки
	Фактографска информация
	Сканиране по заявка
Образователни услуги (основна – обучения за вид грамотност)	Финанси
	Медии
	Компютри
Културни и събитийни услуги (основни – представяне на книги и творци)	Прожекции на филми
	Спектакли и концерти
	Изложби
Издателска дейност (основни – копиране и принтиране)	3Д печат
	Сканиране
	Издаване на книги
Конференции – съвместно с училища, университети и др.	
Развлекателни услуги – туристическа обиколка на библиотеката	

Фигура 1. Продуктови пазари на РБ „Л. Каравелов“ – Русе

Изхождайки от структурата на потребителите на основната ѝ услуга (заемане на книги) за 2023 год., при 9272 бр. читателски състав можем да направим микросегментация. По данни от Таблица 3 са обособени сегменти по възраст (1–13; 14–18; 19–28; над 28 год.) и по пол (мъже и жени). Децата съставляват над 50% от читателите, като след тях са тези на възраст над 28 год. – 34%. Жените имат лек превес от 8% като потребители спрямо мъжете.

Таблица 3.

Структура на потребителите заемащи книги по възраст и пол, (Регионална библиотека “Любен Каравелов“ – Русе, 2024)

Възраст	бр.	%
1 – 13 г. (деца)	4658	50,2
14 – 18 г.	876	9,4
19 – 28 г.	591	6,4
Над 28 г.	3147	33,9
Общо	9272	100
Пол		
Мъже	3894	42,0
Жени	5378	58,0
Общо	9272	100

По критерия образование (вкл. училищно) на потребителите са формирани няколко сегмента – Таблица 4. Най-голямата група съставляват децата и учениците до 4 клас – над 38% и учениците от 5 до 7 клас – над 12%, или общо те формират 52,2%. След тях висшистите съставляват

22,3%, тези със средно образование 11,2% и останалите са с едноцифрени стойности в проценти.

Таблица 4.

**Структура на потребителите заемащи книги по образование,
(Регионална библиотека “Любен Каравелов“ – Русе, 2024)**

Образование - вкл. училищно	бр.	%
Основно	27	0,3
Средно	1037	11,2
Висше	2068	22,3
Деца и ученици до 4 клас	3531	38,1
Ученици от 5 до 7 клас	1127	12,2
Ученици от 7 до 12 клас	832	9
Други	650	7
Общо	9272	100

По критерия професия (Таблица 5) липсва такава, която да доминира в структурата на библиотечната услуга заемане на книги. Библиотечната информационна система причислява към тази група пенсионерите, които след края на трудовия си период четат основно за развлечение, вкл. децата и учениците (59,2%), които при разпределение по категории в библиометрията се отчитат като ученици до 4 клас, ученици до 7 клас и ученици от 8 до 12 клас.

Таблица 5.

**Структура на потребителите заемащи книги по професии,
(Регионална библиотека “Любен Каравелов“ – Русе, 2024)**

Професии	бр.	%
Работници	311	3,4
Работещи в селското стопанство	42	0,5
Инженерно-технически специалисти	415	4,5
Медицински специалисти	90	1,0
Математика, физика, химия, геология, география, биология	109	1,2
Учители - детски, начални, прогимназиални	179	1,9
Философия, социология, история, педагогика, филология, икономика, право	548	5,9
Студенти	403	4,3
Писатели, журналисти, артисти, художници, музиканти	238	2,6
Пенсионери	741	8,0
Деца и ученици	5490	59,2
Общо	9272	100

По икономически статут (Таблица 6) основната група, заемаща книги от библиотеката са децата, учениците и студентите – 64%. След тях са безработните (16%), работещите (12%) и пенсионерите (8%). Въпреки че за последните се смята, че съставляват значителна част от потребителите на обществените библиотеки в България, то при РБ „Л. Каравелов“ – Русе те са с най-малък дял.

Таблица 6.

**Потребители заемащи книги по икономически статут,
(Регионална библиотека “Любен Каравелов“ – Русе, 2024)**

Икономически статус	бр.	%
Работещи	1117	12,0
Пенсионери	741	8,0
Безработни	1521	16,0
Деца, ученици и студенти	5893	64,0
Общо	9272	100

Библиотеката трябва да планира подходящ софтуер и хардуер, които да позволяват изпълнението на програми за дигитализация на културното наследство, изграждането на интегрирани библиотечни системи и мрежи. Това ще подпомогне кооперираното използване на ресурси, оптимизацията на труда, ефективното библиотечно обслужване, отдалечения достъп до ресурсите и представянето на културата на региона пред света.

Дигитализацията следва да се основа на прилагането на унифицирани принципи, съобразени със съвременните изисквания и най-добрите практики в областта на дигитализацията на библиотечните документи. Дигитализирането на библиотеката е комплекс от взаимосвързани дейности, включващи подбор на архивни документи за дигитализация, изготвяне на дигитални образи и съответните метаданни, контрол по качеството, дългосрочно съхранение и опазване, осигуряване на достъп и използване на дигиталните обекти.

Обект на дигитализацията са библиотечни документи, съхранявани в структурните звена на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе: книги, периодични издания, картографски издания, ноты, листовка графика, графични издания, грамофонни плочи, микрофилми и микрофиши, служебни издания, справочни издания, аудиокасети, картини. Обект на дигитализация за архива на библиотеката могат да бъдат и архивни документи от читалища и училища в Русе и областта, за които библиотеката е методичен център съгласно Закона за обществените библиотеки.

Дейностите по подбор, сканиране, обработка, контрол на качеството, корекции, съхранение и опазване, използване и разпространение на дигиталните образи следва да се регламентират с отделни вътрешни документи. Приоритетните документи за включване в Дигиталната библиотека могат да бъдат: уникални оригинали; редки, ценни и уникални издания; документи с висока интензивност на ползване от читатели; екземпляри за опазване на книжовното и културното наследство.

Регионална библиотека „Л. Каравелов“ – Русе, предвид не само световните тенденции на развитие, но и тези в сферата на библиотечните продукти и услуги, следва да предприеме действия към дигитализация. Това налага да се очертаят перспективните сегменти на дигиталните продукти и услуги – Фигура 2.

Дигитализирани и дистанционни библиотечни услуги	Архивни документи
	Документи на организации
	Библиотечни документи
Дистанционни образователни услуги	Библиотечни
	Обучения
	Консултации
Дистанционни и хибридни конференции	

Фигура 2. Перспективни дигитализирани и дистанционни услуги на Регионална библиотека “Любен Каравелов” – Русе

Библиотеката следва да разнообрази своите продукти и услуги извън категорията на тривиалните библиотечни такива, като включи перспективни такива, което ще ѝ позволи да погледне към нови пазарни сегменти (Фигура 3) като осигуряване на достъп до електронни и др. бази данни, автоматизация на търсенето на книги и периодика, ползване на смарт устройства и електронни четци, виртуална реалност. Предлагане на услуги за общността: четене за хора със специални нужди; курсове за родители, деца и ученици; помощ при търсене на работа; обучения за възрастни – езикови, компютърни и др.; консултиране при плащане на сметки, данъци и др.

Библиотеките спомагат за изпълнението на целите за устойчиво развитие на ООН чрез: 1) увеличаване на приходите на малки предприятия; 2) предоставяне на възможности за учене през целия живот; 3) осигуряване на продуктивна заетост и достойни условия на труд. Те осигуряват равен достъп до разнородна информация за вземане на обосновани решения от физически лица, организации и др., без значение на тяхното финансово състояние.

Технологични услуги	Бази данни
	Смарт устройства
	Виртуална реалност
Услуги за общността	Курсове
	Обучения
	Консултации

Фигура 3. Перспективни услуги за РБ „Л. Каравелов“ – Русе

Библиотечните услуги, вкл. и тези на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе, допринасят за подобряването на резултатите на Целите за устойчиво развитие чрез:

- насърчаване на универсална грамотност, включваща медийна и информационна грамотност, както и дигитална грамотност;
- преодоляване на различията, пречещи на всеобщия достъп до информация и подпомагане на правителствени, граждански и бизнес институции да разбират по-добре местните информационни нужди;
- предоставяне на мрежа за разпространяване на правителствени програми и услуги;
- засилване на движението за дигитално приобщаване чрез обществен достъп до ИКТ, както и наличието на информационни специалисти, които да помагат на хората да развиват нови умения за навигиране в дигиталното пространство;
- научноизследователската общност;
- съхраняване и предоставяне на достъп до световното културно наследство.

В унисон с целите за устойчиво развитие (www.nsi.bg, 22.04.2024) обществените библиотеки в България имат следните базови цели: насърчаване на четенето и достъпа до информация; подпомагане на самообразованието, формалното и неформалното образование; осигуряване на достъп до културното наследство; дигитализация на библиотечните продукти и осигуряване на достъп на широк кръг потребители до тях. Тези цели са релевантни и за Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе, но на база на сегментирането най-перспективните ѝ целеви пазари са услуги за общността, дигитализирани и технологични услуги.

След сегментирането и детерминирането на целевите пазари на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе следва позиционирането. Библиотеката е поставена под силен национален и глобален конкурентен натиск от страна на всички организации, които предлагат аналогични продукти и услуги. Това придава на позиционирането ѝ стратегически характер и налага (Любенов, 2023): 1) осветляване на регионалната

й идентичност, 2) диференциране и 3) детерминиране на подходите за позициониране.

Регионална идентичност

Област Русе е интегрална част от Дунавския регион, който е най-големият макрорегион в Европа. Той обхваща 14 страни (Германия, Австрия, Словакия, Чехия, Словения, Унгария, Хърватска, Сърбия, Босна и Херцеговина, Черна гора, Румъния, България, Молдова и Украйна), в които живеят близо 200 милиона души, а в територията на областите около река Дунав живеят над 50 милиона души. По река Дунав и в непосредствена близост са пет европейски столици – Виена, Братислава, Будапеща, Белград и Букурещ, а реката е Трансевропейски транспортен коридор. ЕС има стратегия съобразно основния елемент на макрорегиона – река Дунав, която формира неговата идентичност и имидж в унисон с европейските и националните ценности.

Идентичността на Дунавския регион и в частност на област Русе като част от българската територия не влиза в конфликт с иначе противоречивата регионална балканска идентичност, която традиционно продуцира текущия имидж както на България, така и на останалите балкански страни. Дунавската идентичност на област Русе произтича от характеристиките на територията, а не от характеристиките на регионалната институция или на държавата като абстрактни организационни субекти. Тя не противоречи на съществуващата текуща балканска идентичност и имидж поради привързаността на българина към земята и образованието. Затова териториалните характеристики на област Русе, с нейната природа, история, култура и традиции имат важна роля за позициониране на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе.

Областта има значителен производствен, транспортен и образователен потенциал. Тя има богата история и вековни традиции, занаяти, празници, култура и др. Както река Дунав, така и долината на река Русенски Лом са утвърдени международни туристически дестинации заради уникалната си природа, регистрирани паметници на световното наследство на ЮНЕСКО и разработени туристически маршрути. Това предлага възможности за симбиоза с туризма – културен, образователен и др. Област Русе има богата екологична, производствена, историческа и културна стойност.

Основните характеристики на всеки регион, вкл. и за област Русе, са изходна база за постигане на конкурентоспособност чрез диференциране на база регионална уникалност, която много трудно може да бъде копирана. Разграничаването на регионална основа може да се постигне чрез (Любенов, 2023): 1) природни и екологични фактори – климат, релеф, природна среда; 2) културно-исторически фактори – традиции, бит,

история, културното наследство; 3) териториална специализация на основата на предходните фактори. Те формират уникалната идентичност на региона – история, природа, култура, традиции, специализация в библиотечното дело и др.

Диференциране

Успешното позициониране изисква предварително диференциране на библиотеката. Важна роля в това отношение имат уникалните характеристики на региона, които следва да се използват като диференциращ фактор за Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе. Имиджът на региона и неговите библиотечни продукти и услуги се определят от постиженията в тази сфера на национално и по-високо ниво. Имиджът на България ще влияе и на имиджа на региона и гр. Русе. Имиджът на област Русе като туристическа дестинация е солидна основа за развитието и утвърждаването на културния туризъм с участието на библиотеката. Влияние върху имиджа на региона и неговия административен център – гр. Русе, има и международната и регионалната политика на ЕС.

В англоезичната литература юристите ползват термина trademark, а маркетинг специалистите понятието brand, което вкл. и фирмени и домейн имена, ноу-хау и др. Брандът има важна роля за диференцирането, като ролята на такъв за Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе могат да изпълняват името на организацията и нейното домейн име особено когато са утвърдени и известни. Домейн името предоставя бърз, евтин, интерактивен, глобален и персонализиран достъп, т.е. глобално и много по-прецизно диференциране. Домейн името трябва да промотира и подчертава качествените характеристики на продуктите и услугите на библиотеката, поради което дигитализирането ѝ е много важно.

Подходи за позициониране

Създаването на силна асоциация между потребителите и Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе е позициониране по тип потребители. Такава позиционна асоциация може да се направи за библиотечните продукти и услуги и интелегентните хора, ориентирани към духовно развитие. Позиционирането по културни символи залага на асоциации между тях и региона, с неговия административен център гр. Русе, вкл. и неговата библиотека. Подходящи за позициониране са символите за културно, историческо и др. богатство на региона – занаяти, традиции, култура, история, образование.

Регионалната библиотека „Любен Каравелов“ – Русе може да бъде позиционирана успешно и чрез знаменитости. Това е особено подходящо, когато известни спортисти, артисти, лекари, учени и др. са фаворизирани от целевите ѝ потребители. По аналогия със звездното позициониране в офлайн среда, при онлайн позиционирането този подход може успешно да

се приложи чрез инфлуенсъри – влиятелни личности. За разлика от аналогичния офлайн подход за позициониране инфлуенсърите не е задължително да бъдат известни личности.

Инфлуенсърът може да бъде всеки един, който привлича вниманието на много хора чрез своите публикации. Те са най-видимите и въздействащите личности в социалните мрежи с хиляди последователи, поради което имат важна роля за позиционирането. Чрез тях може да се достигне както до по-широк кръг от потенциални потребители, така и до по-тясно дефиниран и специфичен сегмент или ниша. Използването на инфлуенсъри крие и някои рискове – недобро представяне на организацията, правни проблеми, затруднен контрол и др., които следва да се отчитат.

Позиционирането на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе по тип потребител може да се основава на статуса му – активно четящ, ориентиран към духовен живот, богат и др. Членството на страната в ЕС и Дунавския регион прави библиотеката част от икономически и стратегически съюз, част от неговата социална отговорност за опазване на културното и историческото развитие на България, респективно и регион Русе. Подходящо е преносното позициониране предвид богатата материална и духовна същност на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе, което позволява да се използва твърдението, че тя съдържа най-доброто от материалното и духовното богатство на територията му“.

Позиционирането на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе може да се основава и на маркетинг инструментариума. Неговите инструменти имат важна роля както за диференцирането спрямо конкурентите, така и за възприятията и асоциациите на потребителите, респективно и за степента им на удовлетвореност (Любенов, 2023). Не е необходимо постигането на превъзходство по всички маркетинг инструменти. При класическия маркетинг инструментариум 4P е необходимо постигането на превъзходство поне по един от неговите елементи, а при 8P (вж. следващата част) е достатъчно превъзходство поне по два от елементите, а за останалите е необходим паритет.

Маркетинг инструментариум

В Таблица 7 е направен синтез на маркетинг инструментариума „8P“ на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе. От гледна точка на услугите класическият „4P“ (Product, Place, Promotion, Price) е доразвит с разглеждане на интересите на потребителите чрез т.нар. „4C“ (Customer, Convenience, Communication, Cost), който по своята същност е класическият „4P“, но от гледна точка на потребителя. Към класическия

„4P“ са добавени нови „4P“ (Processes, Physical Environment and Evidence, People, Productivity and Quality) за по-пълно и точно отчитане на богатата нематериална, историческа, културна и духовна същност на библиотечните продукти и услуги на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе.

Без тактическия инструментариум „8P“, обогатен и с „4C“ от гледище на клиентите, не може да се осъществи маркетинг стратегията на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе. Той отчита ролята на клиента в процесите на предоставяне на библиотечни услуги, взаимодействието му с персонала, предметната среда и присъстващите посетители, помагайки на библиотеката да стане по-фокусирана върху клиентите. Тези инструменти са тактическо средство за реализиране на маркетинг стратегията и постигане на нейните дългосрочни цели.

Приоритизирането на определени инструменти на маркетинг микса може да бъде различно според вида на пазарите, особеностите на бизнес средата – он- и офлайн, спецификата на потребителите и др. Традиционният инструментариум е подходящ за материални продукти, а нетрадиционният – за услуги. Освен това всеки от нетрадиционните инструменти може да се разглежда в рамките на някои от елементите на класическия „4P“, но третирани широко. Нетрадиционните инструменти могат да се разглеждат по-скоро като области, заслужаващи специално внимание в рамките на традиционния маркетинг инструментариум, отколкото като самостоятелни елементи.

Таблица 7.

**Маркетинг инструментариум (8P, 4C) на
Регионална библиотека “Любен Каравелов” – Русе**

Продукт (Product)	Пласмент (Place)	Промоция (Promotion)	Цена (Price)
Нива на услугите Характерни черти: стандарти, показатели, категоризация, Акcesoари Гаранции Брандиране	Канали Посредници Местоположение: клонове и офиси, представителства Транспортиране Съхраняване	PR Реклама Насърчаване на продажбите Лични продажби Директен маркетинг (онлайн маркетинг)	Ценови равнища Ценообразуващи фактори: разходи, конкуренция, търсене. Ценообразуване Отстъпки

Потребители (Customers)	Удобство (Convenience)	Комуникации (Communications)	Разходи (Costs)
Нужди Потребности Търсене: еластичност и устойчивост. Препоръки	Сайт Самообслужване Хардуер Софтуер Достъпност Бързина	Онлайн Офлайн Мобилни Директни Медии Обратна връзка	Време Финансови и физически усилия Психически дискомфорт Негативни възприятия
Процеси (Processes)	Предметна среда (Physical Environment and Evidence)	Персонал Потребители Посетители (People)	Производителност и качество (Productivity and Quality)
Поток и организация на дейностите: стандартизиран, индивидуализиран Последователност Участие на клиентите	Обстановка Средства Оборудване Облекло Становища Гаранции	Служители: наемане, обучение, мотивация, заплата, екипна работа. Клиенти: обучение, образование	Производителност на услугата Ефективност Ефикасност Възприето качество от клиента

Заклучение

В резултат на проведеното проучване могат да се направят следните изводи за Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе.

Първо, относно бизнес модела:

Потребителите не намаляват, но предлаганите комбинации от продукти и услуги са с ниска степен на уникалност, дистрибуцията е сведена до едно физическо място в гр. Русе, няма онлайн дистрибуционни канали. Комуникацията с клиентите е преимуществено оф- и по-слабо онлайн, PR активностите са слаби, което ограничава възможностите за развитие съобразено с пазарите.

Въпреки увеличението финансирането е недостатъчно, което е силно лимитиращо за развитието, оцеляването и просперитета на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе. Трябва да се подобри комуникацията с Министерството на културата и с Министерството на финансите. Необходимо е значително увеличаване на приходите от собствена, проектна и др. дейности.

Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе разполага с ключови ресурси – библиотечен и сграден фонд, персонал, информационна система. В настоящия момент ключовите дейности на библиотеката имат тесен пазарен обхват (място за четене и вземане на книги), който трябва да се разшири чрез предлагане на дигитални и др. уникални продукти и услуги.

Държавните и общинските институции и структури, като ключови финансови и др. партньори – нямат устойчиви политики и дългосрочна визия за развитието на библиотеката. Образователните институции, НПО-та и бизнесът, като партньори в образователни, културни и др. услуги, са в известна степен и конкуренти, което налага фокус към уникални съвместни продукти.

Средствата за осигуряване на адекватна материална база, издръжка на човешките ресурси, развитие на библиотечни услуги, обновяване на библиотечните фондове като цяло не достигат, което ограничава съществено възможностите за динамично и адекватно развитие и оцеляване на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе. Необходима е маркетинг стратегия за пазарното ѝ развитие.

Второ, за сегментиране, таргетиране и позициониране:

Настоящият целеви пазар е библиотечната услуга заемане на книги. Основните ѝ потребители са децата (над 50%) и учениците, които съставляват общо около 60% от него. Необходими са политики за запазването им като клиенти и в бъдеще.

Изключително перспективен целеви пазар са дигитализираните и дистанционните продукти и услуги – библиотечни, образователни и др. Перспективни целеви пазари са и технологичните услуги, като допълнение към предходните и услугите за общността.

Освен базови цели като насърчаване на четенето и достъпа до информация; подпомагане на самообразованието, формалното и неформалното образование и осигуряване на достъп до културното наследство трябва да се развият и услуги за общността, дигитализирани и технологични услуги.

Налице е уникална и позитивна регионална идентичност за позициониране. Името, вкл. и сайтът, са диференциращи от конкурентите. Следва да се изградят силни асоциации с потребителите чрез културни, образователни, исторически и др. символи, както и чрез маркетинг инструментите.

Трето, относно маркетинг инструментариума:

Маркетинг инструментите "8P" (Product, Place, Promotion, Price, Processes, Physical Environment and Evidence, People, Productivity and Quality) и „4C“ (Customer, Convenience, Communication, Cost) ще осигурят

по-добро позициониране и постигане на дългосрочните цели на стратегията, респективно по-висока конкурентоспособност и рентабилност на Регионална библиотека “Любен Каравелов“ – Русе.

Използвани източници

- Закон за обществените библиотеки – Обн. ДВ. бр. 42 от 5 Юни 2009г., посл. изм. и доп. ДВ, бр. 56 от 30 Юни 2023.
- Закон за народните читалища – Обн. ДВ, бр. 89 от 22 Октомври 1996г., посл. изм. и доп. ДВ. бр. 84 от 6 Октомври 2023.
- Любенов, Л.** 2023. Маркетинг стратегии на агросектори и региони: фактор за надрегионална конкурентоспособност, ISBN 978-619-207-269-8.
- Национален статистически институт (НСИ). Статистически справочник 2023.
- Станимиров, Е.** 2022. Многомерна стратегия за вашия бизнес. София. ISBN 978-619-01-1002-6.
- www.libruse.bg/filesDB/reports/Report_1/2024-02-27Annual_report_2023.pdf, Годишен отчет и Отчет за приходите и разходите на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ Русе, 03.04.2024.
- www.libruse.bg/about-projects, 06.04.2024.
- www.libruse.bg/filesDB/statutes/Statutes_1/12024-02-27Стратегия%20за%20дигитализация%20на%20фондовете%20на%20Регионална%20библиотека.pdf, Стратегия за дигитализация на Регионална библиотека „Любен Каравелов“ Русе, 06.04.2024.
- <https://bgseverplus.eu/bg/>, проект Север +, 06.04.2024.
- www.litdanube.eu/bg/pismeni-sakrovishta, проект „Писмените съкровища на Долен Дунав“, 06.04.2024.
- <https://digiruse.eu/>, Проект на Община Русе, 06.04.2024.
- <https://glbulgaria.bg/?s=%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%B2>, Фондация „Глобални библиотеки“, 07.04.2024.
- www.lib.bg, Българската библиотечно-информационна асоциация (ББИА), 03.04.2024.
- www.nsi.bg/bg/content/19408/цели-за-устойчиво-развитие-2030, 22.04.2024

Настоящата публикация е разработена в рамките на проект BGCULTURE-1.001-0023-C01 “Новатори в културното предприемачество

и нови възможности за култура и изкуство в ревитализирана многофункционална зала на обществена библиотека“, който се финансира от Финансовия механизъм на Европейското икономическо пространство 2014–2021. Основната цел на проекта е подобряване на условията и качеството на представяне на културното наследство в Регионална библиотека „Любен Каравелов“ – Русе чрез създаване на предприемачески идеи и насърчаване на многообразието в културата и изкуството за осигуряване на широка обществена достъпност до културно съдържание, както и утвърждаване на значимостта на културата и движимото културно наследство за местното и регионално развитие, за осигуряване на заетост и социално включване. Изпълнител на поръчката Клуб "Отворено общество" – Русе.

Любомир Димитров Любенов е доктор на науките, доцент в катедра „Икономика и международни отношения“ на Русенския университет „Ангел Кънчев“. **Научни интереси:** бизнес икономика, икономика на земеделието, финанси, маркетинг и агромаркетинг, стратегии, аграрни и маркетинг политики.

ORCID ID: 0000-0002-5500-0265

ISSN 0323-9004

Народно стопански архив

Свищов, година LXXVII книга 2 - 2024

Маркетинг стратегия на обществена библиотека

Данъчно-осигурителна тежест върху труда в България и Европейския съюз

Икономическо възстановяване и кризисни въздействия върху данъчната основа в България

Зависимост между основни социално-демографски характеристики на населението и размера на държавните разходи за социално осигуряване и подпомагане

Решения и перспективи за гарантиране на енергийната сигурност

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“



СВИЩОВ

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ:

Проф. д-р Андрей Захариев – главен редактор
Проф. д-р Йордан Василев – зам. главен редактор
Проф. д-р Стоян Проданов
Проф. д-р Тодор Кръстевич
Доц. д-р Искра Пантелеева
Доц. д-р Пламен Йорданов
Доц. д-р Светослав Илийчовски
Доц. д-р Пламен Петков
Доц. д-р Анатолий Асенов

МЕЖДУНАРОДЕН СЪВЕТ:

Проф. д-р ик.н. Михаил А. Ескиндаров – Финансов университет при Правителството на Руската федерация, Москва (Русия).
Проф. д-р ик.н. Григоре Белостечник – Молдовска академия за икономически изследвания, Кишинев (Молдова).
Проф. д-р ик.н. Михаил Ив. Зверяков – Одески държавен икономически университет, Одеса (Украйна).
Проф. д-р ик.н. Андрей Крисоватий – Тернополски национален икономически университет, Тернопол (Украйна).
Проф. д-р ик.н. Йон Кукуй – Университет Валахия, Търговище (Румъния)
Проф. д-р Кен О'Нийл – Университет Ълстер (Ирландия)
Проф. д-р Ричард Торп – Университет Лийдс (Великобритания)
Проф. д-р ик.н. Олена Непочатенко – Умански национален аграрен университет, Уман (Украйна)
Проф. д-р ик.н. Дмитрий Лукьяненко – Киевски национален икономически университет „Вадим Гетман”, Киев (Украйна)
Доц. д-р Мария Стефан – Университет „Валахия”, Търговище (Румъния)
Доц. д-р Анисоара Дунка – Университет "Валахия", Търговище (Румъния)
Доц. д-р Владимир Климух – Брановички държавен университет, Бранович (Беларус)

Екип за техническо обслужване:

Технически секретар: д-р Росица Проданова
Стилов редактор: Анка Танева
Превод английски: ст. преп. Венцислав Диков и ст. преп. д-р Маргарита Михайлова

Адрес на редакцията:

5250 Свищов, ул. „Ем. Чакъров” 2
Проф. д-р Андрей Захариев – главен редактор
☎ (+359) 889 882 298
Д-р Росица Проданова – технически секретар
☎ (+359) 631 66 309, e-mail: nsarhiv@uni-svishtov.bg
Благовеста Борисова – компютърен дизайн
☎ (+359) 882 552 516, e-mail: b.borisova@uni-svishtov.bg

НАРОДНОСТОПАНСКИ АРХИВ

ГОДИНА LXXVII, КНИГА 2 – 2024

СЪДЪРЖАНИЕ

Любомир Любенов

Маркетинг стратегия на обществена библиотека /3

Ангел Ангелов

Данъчно-осигурителна тежест върху труда в България и Европейския съюз /23

Петко Ангелов

Икономическо възстановяване и кризисни въздействия върху данъчната основа в България /51

Константин Колев, Мая Цоклинова

Зависимост между основни социално-демографски характеристики на населението и размера на държавните разходи за социално осигуряване и подпомагане /65

Мирослав Димитров, Анатоли Андреев

Решения и перспективи за гарантиране на енергийната сигурност /80