

Понятие *мерчандайзинга* в библиотеке заимствовано из области торговли и представляет собой комплекс мероприятий, проводимых в зале открытого доступа и направленных на эффективное представление и продвижение определенной литературы. Применение приемов мерчандайзинга способствует рациональному использованию полезной площади, приближают к месту выдачи наиболее важные части фонда и создает условия для правильного хранения фонда, обеспечивает его сохранность.

Одно из основных требований к размещению фонда в условиях открытого доступа – правильная расстановка стеллажей, которые располагаются таким образом, чтобы с рабочего места библиотекаря просматривались проходы между ними. Какую долю фонда и какие именно документы следует выставлять для открытого доступа, библиотекарь вправе решать сам.

Ценную в том или ином отношении литературу – часто спрашиваемую, дорогую, новинки – обычно выставляют напоказ, но возле своего рабочего места, чтобы читатель имел возможность видеть самые лучшие издания.

Для правильной организации расстановки фонда открытого доступа важно определить следующие моменты:

- специфику работы библиотеки (ее уникальность, изюминку);
- особенности обслуживания;
- какую литературу нужно продвигать и что поставить в открытый доступ;
- какая у пользователей мотивация для посещения библиотеки.

Эффективно раскрыть книжный фонд помогут следующие **принципы**.

Поставить максимальное количество литературы на полки или же оформить сведения о них как можно полнее и красочнее (*обложки журналов, иллюстрирующие наличие журналов в библиотеке*). **Привлечь внимание пользователей**. Каждая зона, каждый стеллаж и полка должны быть «видимы». Достичь можно особым расположением стеллажей, цветом полок, подборкой серий, разделителями и пр.

Адресность и дифференцированность являются важнейшими принципами продвижения любого товара. Нужно позиционировать конкретного адресата представленной литературы (*для детей, женские романы, детективы для мужчин, книги для садоводов*).

Донести до пользователя информацию о значимости книги: если книга стала бестселлером; книга или ее автор получили премию; по книге был снят фильм.

Воздействовать на все органы чувств (зрение, тактильные ощущения и др.). Всё должно быть подписано, ведь читатель может и не спросить, уйдя ни с чем. В любом случае лучше, если всё будет и увидено, и услышано, и потрогано.

Всеми способами следует облегчить пользователю поиск. Чтобы без труда он мог найти самостоятельно не только то, что его интересует, но и сориентироваться в разнообразии потока книг одного автора или последовательности книг одной серии.

Опыт работы библиотек в условиях открытого доступа вывел следующие правила:

- Траектория движения посетителей должна быть как можно проще и логичнее. Периметр – наиболее посещаемая зона, а затем посетители обращают внимание на стеллажи, расположенные в центре.

- В любом помещении можно выделить «приоритетные» места, в которых книги будут брать активно, и «мертвые зоны». Около кафедры – приоритетное место, а вот углы – не ходовая зона.

- Привычное и логичное расположение. Наш глаз привык воспринимать информацию так, как мы читаем: слева направо и сверху вниз. Мы классифицируем все, что видим привычным для нас способом, и быстро находим то, что нужно.

- Максимальная заметность. Книги более заметны, если представлены блоком. Когда книги имеют сходный дизайн обложки, читателю легче заметить и заинтересоваться.

- Показать товар лицом. Книги должны быть хорошо видны, не заслоняя друг друга. Одну из книг на полке было неплохо повернуть в анфас (например, лидера спроса).

- Целесообразно осуществлять изменение ассортимента внутри одного отдела в соответствии с возросшей популярностью некоторых изданий (модой, каким-то событием, подогревшим интерес).

- Внешний вид печатных изданий играет немаловажную роль. Читатель предпочтёт среди прочих равных вариантов самую чистую и новую книгу и забракует зачитанную и потрепанную.

Библиотечный мерчандайзинг не требует больших материальных затрат. Нужно совсем немного: креативности, творческой фантазии, равнодушного отношения к читателям. Только тогда наша библиотека станет интересна жителям города.