

Tallinna Ülikool



**RAAMATUKOGUTURUNDUS – MIKS?
KUIDAS?
PORTFOOLIO**

Henrik Hannes Herkel, Raine Hiemäe, Annabel Kallas, Natalia Kislaja,
Manana Kokhtashvili, Grete Lepvalts, Isrid Luik-Panksep, Kati Mägi-Ustrnol,
Jaana Ojakäär-Kitsing, Anna-Maria Vahur, Kadrin Visse, Anneli Vridolin

Juhendajad Aira Lepik ja Kädi Riismaa

Tallinn 2024

Projekti taust ja kirjeldus: Raamatukogude turundamine on oluline, sest selle abil edastatakse kogukonnale teavet raamatukogude poolt pakutavate teenuste, ressursside ja võimaluste kohta. Turunduse eesmärk on suurendada raamatukogu nähtavust, kaasata uusi kasutajaid ning tugevdada olemasolevate kasutajate usaldust ja suurendada nende rahulolu pakutava teenusega. Eesti raamatukogude puhul on leitud, et jagatud info ei pruugi kõigi kasutajateni jõuda – uuringute kohaselt (Kantar Emor, 2018) on vaid kolmandik küsitletutest rahul praeguse teavitustegevusega. Sellest tulenevalt on vajadus leida uusi ja tõhusamaid viise kogukondade kaasamiseks ja informeerimiseks.

Eesti raamatukoguvõrgu moodustavad 2022. aasta raamatukogude statistika andmetel 893 raamatukogu: 506 rahvaraamatukogu, 39 teadus- ja erialaraamatukogu ning 348 kooliraamatukogu (Kultuuriministeerium, 2024). Raamatukogude teenuseid kasutab iga teine Eesti elanik, mis tähendab 12 miljonit laenutust aastas (sellest rahvaraamatukogudest 9,4 miljonit), 7 miljonit külastust aastas ja 5,6 miljonit virtuaalkülastust aastas. Eesti raamatukogud on leidnud oma koha ka virtuaalses maailmas – nt Eesti Rahvusraamatukogu kasutajakeskkond Digar pakub juurdepääsu digitaalarhiivis talletatud väljaannetele; üleriiklik laenutusplatvorm Minu Raamatukogu (MIRKO) võimaldab Eesti elanikel tasuta laenata e-raamatuid, audioraamatuid ja ajakirju; E-varamu portaal teeb kättesaadavaks Eesti mäluasutuste (raamatukogude, arhiivide ja muuseumide) digiteeritud ning digitaalseid ressursse; Tallinna Keskraamatukogu e-raamatukogu ELLU kaudu on kättesaadav eesti autorite looming ning eesti- ja venekeelne kirjandus.

Samas aga selgub muuseumide ja raamatukogude külastajate ja mittekülastajate uuringu (2018) lõpparuandest, et viimase 12 kuu raamatukogukülastajate osakaal vanuses 15+ elanikkonnast on 50% ning vaid veidi üle kolmandiku (35%) vastanutest on rahul raamatukogude senise teavitustegevusega. Seetõttu on vajalik parandada raamatukogude nähtavust virtuaalruumis ning oluliselt tõhustada teavitustegevust raamatukogudes toimuvast.

Probleemi olulisus ja kirjeldus: Raamatukogude tähtsus ühiskonna jaoks on vaieldamatu. Kuigi raamatukogud pakuvad mitmekesiseid teenuseid, ei pruugi ühiskond nendest piisavalt informeeritud olla või teada, kuidas neid efektiivselt kasutada. Raamatukogude visioonidokument (2022) sätestab, et raamatukogu lähtub oma tegevuses kolmest peamisest väärtusest – usaldusväarsus, kasutajakesksus ja loovus. Muu hulgas rõhutatakse, et

raamatukogus suudetakse efektiivselt oma eesmärgid ja tegevuse mõjusid avalikkusele kommunikeerida ning viia sõnumid poliitikakujundajateni. Tagatakse peamiste teenuste kättesaadavus digitaalsete kanalite kaudu, sest uute tehnoloogiate oskuslik rakendamine laiendab kasutajate ringi ja võimaldab pakkuda paindlikke lahendusi ning muudab teenuste osutamise efektiivsemaks. Visioonidokumendis sisaldub ka raamatukogude turundusvajadusele viitav lubadus – „jagatakse aktiivselt ja laiapõhjaliselt infot raamatukogu teenuste, sündmuste ja võimaluste kohta eri sihtgruppidele sobivaimates kanalites, sh nii enda kui ka omavalitsuste kodulehtedel, trüki- ja digimeedias, kultuurikalendrites, sotsiaalmeedias ning partnerite kanalites.“

Eelnev olukord ja projekti vajadus: Kantar Emori (2018) uuring näitab, et vaid 32% vastanutest on rahul raamatukogude teavitustegevusega ning ligi pooled vastanutest ei oska antud küsimuses hinnangut anda. See näitab selgelt, et on vaja uusi lähenemisviise ja strateegiaid raamatukogude tutvustamiseks, turundamiseks ja teenuste populariseerimiseks. Eesti raamatukogude visioonidokument (2022) rõhutab, et raamatukogud peavad suutma efektiivselt oma tegevusi kommunikeerida ja kasutama uusi tehnoloogiaid, et laiendada kasutajate ringi. See hõlmab nii digitaalsete kanalite kui ka sotsiaalmeedia kasutamist, et pakkuda paindlikke ja efektiivseid teenuseid. Seetõttu on vajadus leida lahendusi, mis aitaksid suurendada raamatukogude nähtavust ja parandada teavitustegevust. Projekteerides ja rakendades tõhusaid turundusstrateegiaid, saab suurendada raamatukogude kasutajate arvu ja parandada nende rahulolu pakutavate teenustega.

Projekti eesmärk ja alleesmärgid: Projekti põhieesmärk on välja selgitada ja analüüsida raamatukoguturunduse käsitlusi ja rakendusi ning koostada digiväljaanne „Raamatukoguturunduse kompass“ (edaspidi „Kompass“), mida Eesti raamatukogude töötajad saavad kasutada oma organisatsioonide turundamiseks.

Alleesmärgid:

1. välja selgitada ja analüüsida raamatukogu turunduse käsitlusi uurimiskirjanduse põhjal;
2. välja selgitada ja analüüsida raamatukogu turunduse parima praktika näiteid lähtudes rahvusvahelistest kogemustest;
3. töötada välja tulemuslikumaks raamatukogu turunduseks Eestis kasutatav digiväljaanne „Raamatukoguturunduse kompass“;

4. aidata kaasa elanikkonna teadlikkuse tõstmisele raamatukogudes pakutavatest ja vahendatavatest teenustest ja ressurssidest.

Valitud meetodite ja tegevuste sobivus: Projekti eesmärkide saavutamiseks on oluline valida meetodid ja tegevused, mis aitavad saada raamatukoguturundusest põhjalik ülevaade ning viivad praktiliste ja tõenduspõhiste lahendusteni. Sellest lähtuvalt on projekti meetodid järgmised:

1. Teadusuuringutega tutvumine: see võimaldab süvitsi mõista olemasolevaid turundusstrateegiaid ja rahvusvahelisi kogemusi ning tuua esile parimad praktikad. Teadusuuringud võimaldavad koguda andmeid ja analüüsida trende, mis on olulised tõhusate turundusstrateegiate väljatöötamiseks. Otsinguid sooritati TLÜ Akadeemilise Raamatukogu vahendatavates e-andmebaasidest nagu Discovery, EBSCO, HeinOnline, Scopus, Google Scholar jt. Sobivate artiklite leidmiseks kasutati märksõnadena „*library marketing*“, „*library marketing strategy*“, „*social media strategy in libraries*“ jms. Valituks osutusid teadusartiklid, mis meie arvates haakusid meie projektiga kõige paremini ja mis võiksid meie juba läbi töötatud materjali täiendada. Olulisteks kriteeriumiteks olid teemakohasus, uudsus (eelistasime kõige värskemaid allikaid), samuti eelistasime võimalusel ülevaateuuringuid (*systematic literature review*).
2. Digitaalse turunduse ja sotsiaalmeedia analüüs: kuna digitaalne turundus mängib teavitustegevuses üha olulisemat rolli, on hea uurida selle valdkonna parimaid praktikaid. Sotsiaalmeedia analüüs võimaldab tuvastada sidusgruppide eelistusi ja käitumisharjumusi ning anda nõuandeid sidusrühmaspetsiifiliseks turundamiseks. Otsinguks kasutati lisaks tavapärasele otsingumootoritele, nagu google.com, ka duckduckgo.com ja swisscows.com otsingumootoreid. Märksõnadeks kasutati inglisekeelseid fraase nii raamatukogunduse kui ka turunduse valdkonnas (nt „*best library marketing campaigns*“, „*best library marketing practises*“, „*library marketing trends*“, „*best library promotion*“, „*library marketing in future*“).

Valitud meetodid aitavad koguda mitmekülgset ja tõenduspõhist teavet, mis on vajalik juhendmaterjali, mis põhineb toimivatel turundusstrateegiate ja parimate praktikate näidetel ning tagab projekti eesmärkide saavutamise, koostamiseks.

Rollide jaotus: Projekti rollide jaotus oli esialgu mõlema rühma siseselt ning siis kogu grupi lõikes kavandatud selliselt, et kasutada maksimaalselt ära grupiliikmete strateegilisi tugevusi eesmärgiks seatud lõpptulemuse saavutamiseks. Projekti esimeses faasis jaotati kummagi rühma ülesanded järgmiselt:

Teooria- ja uuringurühm: Rühma peamine ülesanne oli koguda ja analüüsida teoreetilist materjali ning raamatukogude turundusest läbiviidud uuringute tulemusi. Keskenduti teadusartiklite, raamatute ja teiste allikate läbitöötamisele, et mõista raamatukoguturunduse teooriat ja praktikat.

Raamatukoguturunduse valdkonnas on teoreetiliste konstruktsioonide uurimine oluline. Viimastel aastatel on rõhutatud interneti ja sotsiaalmeedia tähtsust raamatukoguturunduses (Gupta, 2016). COVID-19 pandeemia tõi esile digitaalraamatukogude kasvava rolli (Mehta & Wang, 2020). Paljud raamatukoguhoidjad väldivad turundust, kuna seostavad seda kasumi teenimisega (Garoufallou et al., 2013). Siiski on leitud, et raamatukogud peaksid oma turunduskampaaniaid laiendama (Bhardwaj & Jain, 2016).

Rühm 1 analüüsis ja sünteesis raamatukoguturundust käsitlevat uurimiskirjandust, tuvastades nendest 49 soovitus, millest 24 on unikaalsed. Soovitused jagati seitsmesse kategooriasse, näiteks brändi olulisus ja kogukonna kaasamine. Peamised tähelepanekud rõhutasid sotsiaalmeedia kasutamise vajadust ning sihtrühmade segmenteerimise tähtsust (Sahli et al., 2023). Kokkuvõttes loodi tugev teoreetiline alus, mis toetab praktiliste turundusstrateegiate väljatöötamist eri tüüpi raamatukogudele.

Parimate praktikate rühm: Parimate praktikate rühm tegeles edukate turundusnippide ja -strateegiate väljaselgitamisega raamatukogudes. Rühma liikmed kogusid näiteid ja juhtumeid, mis illustreerivad erinevaid turundustaktikaid, nagu sotsiaalmeedia kampaaniad, ürituste korraldamine ja digitaalse turunduse kasutamine. Parimate praktikate määratlemiseks toetuti rahvusvaheliselt tunnustatud kriteeriumitele ja teoreetilistele allikatele.

Lepik (2012) rõhutab, et raamatukoguturundus kujundab fookusrühma väärtusi, kus

tasakaalustatakse hetkevajadused ja innovatiivne tegevus. Vihalem (2003) toob esile sotsiaalse turunduse, mis keskendub pikaajaliste kliendisuhete loomisele. Sotsiaalne turundus rõhutab kliendi rahulolu ja väärtuspõhiseid teenuseid, arvestades nii praeguse kui ka tulevase põlvkonna vajadusi.

Pinder (1996) määratleb olulised tegurid raamatukoguturunduses, nagu toote usutavus, kliendi vajaduste tundmine, kättesaadavus, turvalisus, vastutulelikkus ja usaldusväärsus. Raamatukogud peaksid vastama nendele kriteeriumitele, et luua usaldusväärne suhe kasutajatega.

Raamatukoguturunduse parimate praktikate määratlemisel on abiks rahvusvahelised kutseorganisatsioonid nagu IFLA, CILIP ja ALA, mis annavad välja juhendeid ja auhindu edukatele turunduskampaaniatele. Näiteks IFLA hindab turundusprojektide strateegilist lähenemist, loovust, innovatsiooni ja avalikku nähtavust.

Parimate praktikate rühm kogus teavet erinevate allikate, sealhulgas blogide, sotsiaalmeediakanalite, taskuhäälingsaadete ja artiklite kaudu. Tulemuseks oli põhjalik dokument ja Exceli ülevaade rahvusvahelistest parimatest praktikatest, mis lihtsustas koostööd ja tagas läbipaistvuse.

Edasine plaan hõlmas rühmadevahelist seminari ja fookuse määratlemist raamatukogutüüpide jaoks, et tagada projekti praktiline rakendatavus ja tulemuslikkus. Esimene pool projektist lõppes edukalt, luues aluse edasisteks sammudeks raamatukogude ja nende kasutajate kasuks. Projekti teises faasis koostas projektigrupp eelneva töö põhjal Eesti raamatukogutöötajatele tervikliku juhendmaterjali, mis põhineb tugeval teoreetilisel alusel ja raamatukoguturunduse praktikast pärit edulugudel. „Kompassi“ kokkupanemise faasis toimus grupi liikmete vahel tihe koostöö, ideede vahetamine ning kogutud materjali analüüs, et valida digitaalsesse juhendmaterjali Eesti raamatukogude turundamiseks sobivad nõuanded ja nipid.

Tegevuste kirjeldus ja sidusgruppide ni jõudmine: Raamatukoguturundus mõjutab mitmesuguseid asutusi ja sidusgrupe, alates kohalikust kogukonnast kuni haridus- ja kultuuriasutuste ning kohalike omavalitsusteni. Veel saame välja tuua üleriigilised asutused nagu Haridus- ja Teadusministeerium ning Kultuuriministeerium, mis koordineerivad koos teiste

ministeeriumite ja kohalike omavalitsustega Eesti raamatukoguvõrgu terviklikku arengut.

Projekti tegevused on suunatud nii otsestele kui kaudsetele sidusgruppidele. „Kompass“ saadetakse otsesele sidusgrupile, milleks on raamatukogude töötajad, kes tegelevad või soovivad hakata tegelema raamatukogude turundamisega. Selle hulka kuuluvad raamatukoguhoidjad, juhatajad ja teised personali liikmed, kelle ülesanne on raamatukogu teenuste ja ressursside tutvustamine ning kogukonnaga suhtlemine.

Oluline on mõista raamatukogude erinevate sidusgruppide vajadusi ja eelistusi raamatukoguteenuste osas, et neid paremini kaasata ja teenindada.

Projekti kaudsed sidusgrupid, kes projekti tulemusel loodud juhendmaterjalist kasu saavad, on:

1. Kogukond, sh raamatukogude praegused ja tulevased kasutajad. See sidusgrupp hõlmab erinevaid elanikkonna rühmi, sealhulgas õpilasi, tudengeid, teadlasi, lapsevanemaid, eakaid jne.
2. Haridusasutused, sh koolid ja lasteaiad. Raamatukoguturundus võib mõjutada ka koolide ja teiste haridusasutuste õppekavasid ning õppimiskogemusi. Kooliraamatukogud võivad kasutada turundust selleks, et tutvustada õpilastele raamatukogu ressursse ja toetada nende lugemis- ja uurimisharjumusi.
3. Ülikoolide tudengid ja õppejõud, kellele raamatukogude hariduslike teenuste ja ressursside parem tutvustamine avab uusi võimalusi teadustööks.
4. Kohalikud omavalitsused on olulised rahvaraamatukogude rahastamise ja toetamise allikad. Projekti tulemused võivad soodsalt mõjutada nende otsuseid ja prioriteete raamatukogude osas.
5. Projekti kaasatud tudengid saavad praktilise kogemuse raamatukoguturunduse projekti välja töötamisel ja rakendamisel.

Edukas turundus võib aidata raamatukogul laiendada oma mõju ja ulatust ning paremini teenindada oma sidusrühmi.

Projekti tulemused: Projekti tulemusel koostati digitaalne „Kompass“, mis sisaldab juhiseid ja nõuandeid raamatukogude töötajatele raamatukogude turundamiseks. „Kompass“ koostati kogutud andmete põhjaliku analüüsi tulemusel ja selles juhendmaterjalis pakutakse välja

võimalikke lahendusi, mis aitavad erinevat tüüpi raamatukogudel paremini oma sidusgruppideni jõuda ja nende vajadustele vastata.

Projekti jätkusuutlikkus: Projekti käigus koostatud digitaalne „Kompass“ on oluline infoallikas, mis jääb raamatukogude töötajatele digitaalselt kättesaadavaks ka pärast ELU projekti lõppu.

Seda digitaalset juhendmaterjali saab levitada veebiplatvormidel ja e-posti teel, tutvustada raamatukogude töötajatele ning teistele huvitatud osapooltele. Vajadusel saab trükitud eksemplare levitada seminaridel, konverentsidel ja muudel sündmustel. Lisaks võib „Kompassi“ kasutada raamatukogudes koolitusmaterjalina, et suurendada töötajate teadmisi ja enesekindlust turundustegevuste elluviimisel.

Oluline on raamatukogude ja teiste raamatukogundusega seotud organisatsioonide vaheline koostöö, et jagada juhendmaterjali ning vahetada kogemusi ja parimaid praktikaid. See võib hõlmata võrgustike loomist ja koostööprojekte, mis edendavad raamatukogude turundust ja kogukonna kaasatust. Lisaks võib „Kompass“ olla aluseks edasistele turunduskampaaniatele ja algatustele, mis aitavad parandada raamatukogude nähtavust ja suurendada nende mõju kogukonnas.

„Kompassi“ võib edasis(t)e ELU projekti(de) käigus uuendada või kasutada projekti käigus kogutud materjale kindlale raamatukogu tüübile turundusstrateegia väljatöötamiseks või turundussoovituste andmiseks.

Tegevuskava:

<i>Kuupäev</i>	<i>Tegevus</i>	<i>Vastutaja(d)</i>
13.02	Esimene ühine projektikohtumine: projekti tutvustus, gruppidesse jagunemine, juhendajate ja nõuete tutvustus	Kõik projekti liikmed ja juhendajad
18.02	I koosolek: arutelu ülesannete ja tegevuskava üle, ühise kausta loomine	Kõik I rühma liikmed

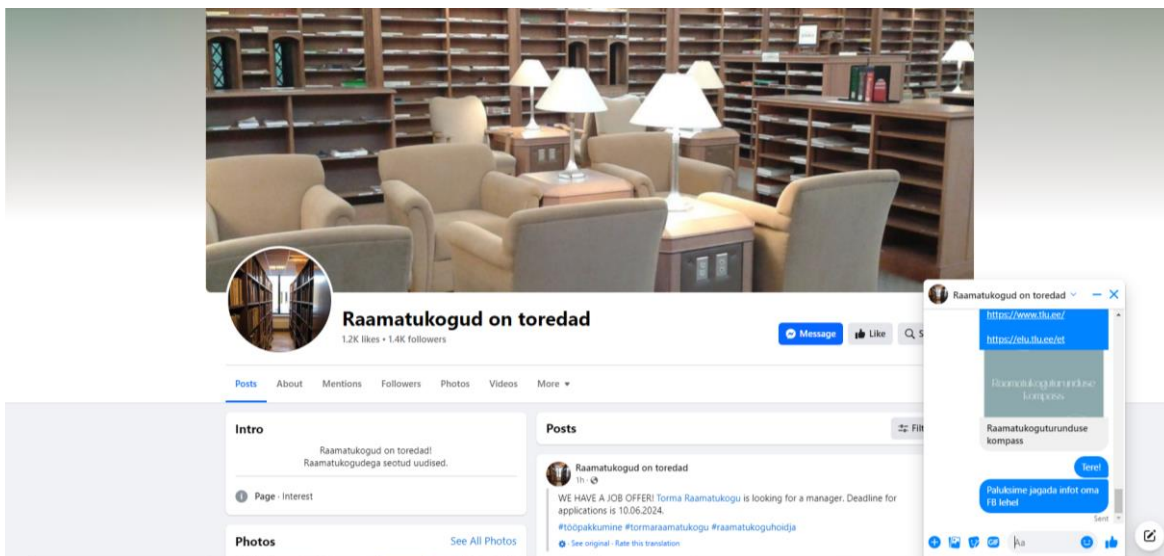
	materjalide tarvis	
20.02	Esimene Zoomi koosolek nr 2 rühmaga: materjalide jagamise arutelu	Kõik rühma liikmed (II rühm)
23.02	Materjalide otsimine ja üleslaadimine ühisesse Google Drive'i kausta	Kõik rühma liikmed (II rühm)
25.02	II koosolek: artiklite arutelu, edasiste tegevuste kokkuleppimine	Kõik I rühma liikmed
26.02	Teine Zoomi koosolek: vahekokkuvõtete jagamine, ülesannete jaotamine	Kõik rühma liikmed (II rühm)
27.02	Terve projekti teine ühiskõne Zoomis: seniste ja edasiste tegevuste ülevaade	Kõik projekti liikmed ja juhendajad
03.03	III koosolek: artiklite kokkuvõtete koostamine ja ühisesse Google Drive'i lisamine	Kõik I rühma liikmed
08.03	Rühma kohtumine Messengeris: infootsingu ja analüüsi edasiste sammude arutelu	Kõik rühma liikmed (II rühm)
10.03	IV koosolek: uuritud artiklite põhipunktide ülevaade, vahenädala ankeedi ettevalmistus	Kõik I rühma liikmed
12.03	Terve projekti kolmas ühiskohtumine Zoomis: projekti seisundi arutelu	Kõik projekti liikmed ja juhendajad

13.03	Rühma kohtumine Messengeris: esitluse ja järgmiste kohtumiste ettevalmistamine	Kõik rühma liikmed (II rühm)
17.03	V koosolek: ankeedi ülevaatamine ja täiendamine. Järgmiste dokumentide ühisesse Google Drive'i lisamine	Kõik I rühma liikmed
19.03	Tähtaeg vahekokkuvõtte ankeedi ja tegevuskava esitamiseks	Anneli
21.03	VI koosolek: ankeedi ülevaatus pärast juhendajate tagasisidet	Kõik I rühma liikmed
22.03	Vahenädala tagasiside sessioon	Kõik rühma liikmed (II rühm)
24.03	VII koosolek: esitluse ettevalmistus	Kõik I rühma liikmed
25.03	Vahenädala seminariks ankeedi ja esitluse esitamine	Grete
28.03	Vahenädala seminar	Kõik I rühma liikmed
02.04	Neljas ühine koosolek Zoomis	Kõik projekti liikmed ja juhendajad
09.04	Viies ühine Zoomi koosolek	Kõik projekti liikmed ja juhendajad
16.04	Juhendmaterjali jaoks parimate praktikate koondamine	II rühm
21.04	Messengeri kõne ja edasiste tööde jaotus	Kõik projekti liikmed

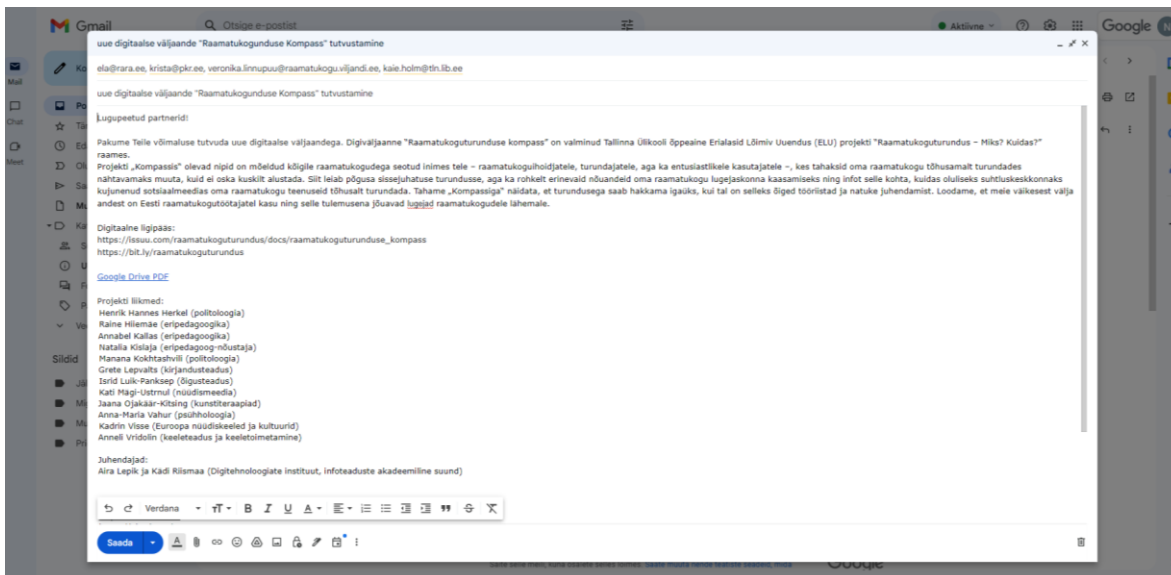
23.04	Kuues ühine Zoomi koosolek	Kõik projekti liikmed ja juhendajad
28.04	Juhendmaterjali keeleline toimetamine (kõik); eessõna (Grete), sissejuhatuse (Isrid) ja kokkuvõtte (Jaana) valmimine	I rühm, Anneli
30.04–20.05	Portfoolio koostamine	Anna-Maria, Henrik, Anneli, Grete, Annabel
05.05–20.05	Juhendmaterjali kujundamine	Kati, Manana
13.05	Kõne Messengeris	Kõik projekti liikmed
13.05–20.05	Lõpuesitluse valmimine	Annabel, Raine, Grete
20.05	Juhendmaterjali digiplatvormile tõstmine ja sidusrühmade teavitamine	Kati, Natalia
20.05	Portfoolio ja esitluse slaidide esitamine juhendajatele	Grete
23.05	Individuaalsete refleksioonide esitamine juhendajatele	Kõik projekti liikmed
23.05	Lõpuesitlus	Kõik projekti liikmed Esinejad: Jaana, Manana, Henrik

Kommunikatsioon sidusrühma(de)le: Juhendmaterjali „Raamatukoguturunduse kompass“ fail laeti üles digiplatvormile Issuu, kus see on kättesaadav laiemale publikule. Lisaks saadeti juhendmaterjal Eesti Raamatukoguhoidjate Ühingu (ERÜ) büroo juhatajale Reet Olevsoole, ERÜ juhatuse aseesimehele, Pärnu Keskraamatukogu direktorile ja IFLA Raamatukogude juhtimise ja turunduse sektsiooni alalise komitee liikmele Krista Visasele, ning ERÜ uue mõtte tööühma juhile

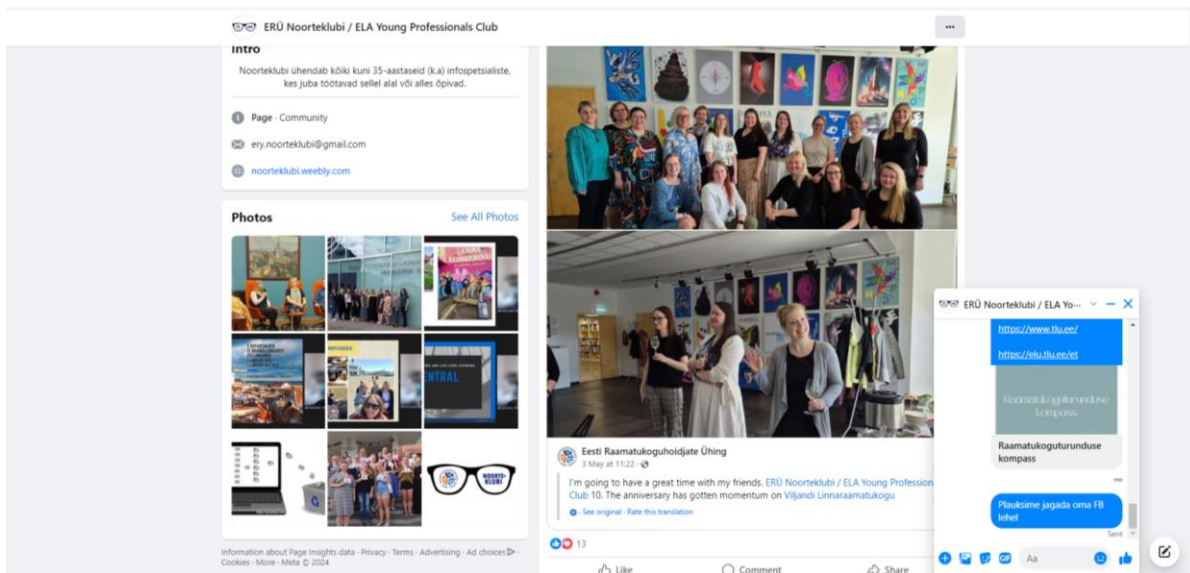
Veronika Raudsepp Linnupuule, et „Kompass“ jõuaks otse oma tähtsaima sihtrühmani. Informatsioon meie projekti väljundina koostatud väljaandest „Kompass“ on vahendatud ka järgmistele raamatukogudega seotud Facebooki lehtedele ja gruppidele: Raamatukogud on toredad (avalik 1,4 tuhande jälgijaga FB leht); ERÜ Noorteklubi / ELA Young Professionals Club (avalik 177 jälgijaga FB leht); ARM - mida põnevat toimub arhiivides, raamatukogudes ja muuseumides? (avalik FB grupp, millel on 534 liiget).



Kuvatõmmis Facebooki lehele Raamatukogud on toredad saadetud informatsioonist.



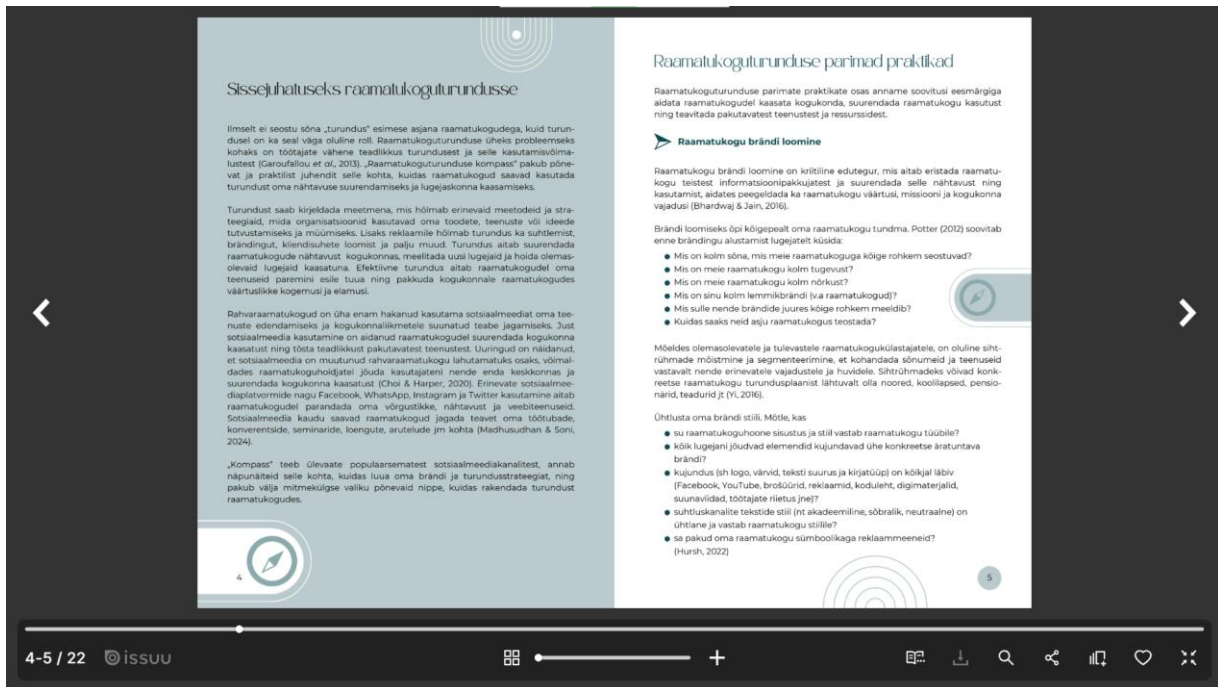
Kuvatõmmis ERÜ kontaktidele saadetud informatsioonist.



Kuvatõmmis Facebooki lehele ERÜ Noorteklubi / ELA Young Professionals Club saadetud informatsioonist.

Tulemuste kokkuvõte ja lisad: Semestri esimesel poolel koostati projekti töö käigus kaks kokkuvõtlikku dokumenti: 1. rühma analüüsitud teoreetilise uurimismaterjali kokkuvõte ja sellest materjalist tuvastatud soovitused tõhusaks raamatukoguturunduseks ([Uuritud käsitluste ülevaade](#)) ning 2. rühma analüüsitud raamatukoguturunduse parimate praktikate kokkuvõte ([Parimate praktikate kokkuvõtted](#)).

Semestri teise poole töö tulemusena valmis digitaalne juhendmaterjal „[Raamatukoguturunduse kompass](#)“, mis põhineb semestri esimesel poolel koostatud materjalidel. „Kompass“ on üles laetud digiplatvormile Issuu, kus see on kõigile vabalt kättesaadav; lisaks on võimalik „Kompassi“ alla laadida [Google Drive](#)’ist, mille juurde leiab lingi ka Issuu „Kompassist“. Pärast faili üleslaadimist saadeti „Kompassi“ Issuu link Eesti Raamatukoguhoidjate Ühingu kontaktidele ning erinevatele raamatukogudega seotud Facebooki lehtedele ja gruppidele. See tagab, et kõik olulised materjalid ja juhendmaterjalid jõuavad õigete inimesteni ning võimaldab neil saada vajalikku teavet ja ressursse oma raamatukogu turundamisega alustamiseks või oma juba käimasoleva turundustöö tõhustamiseks.



„Raamatukoguturunduse kompass“ platvormil Issuu.
 (https://issuu.com/raamatukoguturundus/docs/raamatukoguturunduse_kompass)

Iga rühmeliikme õpikogemuse refleksioon:

Henrik (politoloogia): *Raamatukoguhoidjana ei olnud projektis osalemine minu jaoks vaid akadeemilise, vaid ka professionaalse tähtsusega. Raamatukoguturunduse uurimine avas minu jaoks avenüüd, mille olemasolust ja kasulikkusest raamatukoguhoidja töö jaoks ma varem teadlik ei olnud. Arvan, et „Raamatukoguturunduse kompassi“ kasutades saab raamatukoguhoidja efektiivsemalt kommunikeerida kogukonnale nii üritusi kui ka raamatukogus saadaval olevaid ressursse.*

Olen tänulik, et meie grupitöö niivõrd sujuvalt kulges - iga kohtumisel oli näha, et inimesed on südamega asja juures ning annavad endast maksimumi, et lõpptulemus võimalikult hästi välja kukuks. Tänuväärne lisaelement, mis meie tööle kindlasti kasuks tuli, oli meie grupi liikmete kirju akadeemiliste suundade taust, mis aitas raamatukoguturundusega seotud teemasid erinevatest perspektiividest vaadelda.

Raine (eripedagoogika): *ELU projektis „Raamatukoguturundus - Miks? Kuidas?“ osalemine oli minu jaoks kindlasti vägagi väärt kogemus. Läbi projekti avastasin, et raamatukogud on palju enam, kui lihtsalt kohad, kust raamatuid laenutada. Veel oli huvitav, et ka raamatukogudel võib*

turundusest nii palju kasu olla ning millised on kõige efektiivsemad lahendused erinevatele raamatukogudele. Meeldis, et kogu projekti käigus sain võimaluse uurida palju erinevaid keskkondi ning uurimusi nii turunduse kui ka raamatukogude kohta, mis avardasid veelgi mu silmaringi.

Kõige olulisemaks pean siiski grupitööd, ning tunnen, et meie grupis toimis see väga hästi. Töö käigus oli tunda, kuidas tiimi liikmed üksteist toetasid, kohtumised olid sisukad ning kõik ülesanded said kiirelt ja korralikult tehtud. See omakorda muutis ühise eesmärgi täitmise kõvasti lihtsamaks.

Annabel (eripedagoogika): Minu õpikogemus raamatukoguturunduse projektis oli rikastav ja hariv. Olles ise raamatukogude kasutaja, sain palju uusi ja süvendatud teadmisi raamatukogude tegemistest, millest mul varem aimugi polnud ning kinnitust, et raamatukoguturundusel on selles vallas väga oluline roll. Projektis osaledes omandasin põhjalikumaid teadmisi ka turundusest üleüldiselt, selle vajalikkusest ja rakendamisest raamatukogudes.

Minu arvates täitis projekt suurepäraselt oma eesmärgi. Meie meeskond koostas kompassi raamatukoguturunduse alal töötavatele inimestele ideede kogumiseks, kasutades selleks projekti esimeses pooles otsitud ja läbitöötatud mahukat materjali. Olen rahul oma osalemisega selles projektis ja omandatud teadmistega ning olen kindel, et saan neid teadmisi kasutada ka tulevikus oma erialases tegevuses.

Natalia (eripedagoog-nõustaja): Osalemine projektis „Raamatukogundus - Miks? Kuidas?” sai minu jaoks väga huvitavaks kogemuseks. Kooliõpetajana tahtsin teada saada, kuidas saaks arendada õpilaste huvi raamatukogude vastu ning liitusin selle projektiga. Juba esimene kohtumine juhendajate ja rühma liikmetega tekitas suurt uudishimu teema vastu ning andis uut teadmist ja mõtlemisainet. Projektis töötades tutvusin erinevates raamatukogudes teostavate projektide ja üritustega, mis olid väga harivad ja huvitavad ning tekitasid huvi raamatukogude vastu. Minule väga meeldis töö parimate praktikate rühmas: saadud infot sain jagada meie kooli raamatukogutöötajatega ning leppida kokku uusi tegevusi kooli raamatukogu jaoks. Meie rühma töös osalesid ka eesti raamatukogude tööajad ning nendega suhtlemine andis palju kasulikku infot ja laiendas min teadmisi raamatukogude töö kohta. Projekti meeskond tegutses väga kooskõlastatult ning koostöiselt, tegevused olid õigeaegselt planeeritud ja ajastatud, väga suureks abiks oli juhendajate pidev tagasiside. Sain suurepärase meeskonnatöö kogemuse: tegin koostööd erinevate valdkondade esindajatega ning panustasin ühise eesmärgi saavutamisse. Tulemusena on saavutatud nii minu isiklikud kui ka projektiülesed eesmärgid. Erilist rõõmu tekitab asjaolu, et meie

projekti raames loodud materjal on praktiline, valmis kasutamiseks, elulähedane ning kergesti kättesaadav laiale ringkonnale.

Manana (politoloogia): Osalemine projektis „Raamatukoguturundus – Miks? Kuidas?” osutus minu jaoks väga väärtuslikuks kogemuseks. Nii üliõpilasena kui ka raamatukoguhoidjana leidsin, et siit omandatud praktilised teadmised on minu töös otseselt rakendatavad. See projekt süvendas minu arusaama turunduse olulisest rollist raamatukogunduses ja arendas minu professionaalseid oskusi. Eriti õpetlik oli koostöö erinevate erialade üliõpilastega, kes rikastasid meie arutelusid ja avardasid minu vaatenurka. Olen väga rahul selle projektiga saavutatud tulemustega. See õpetas mulle, kuidas tõhusamalt teavitada kogukonda raamatukogu teenustest. Need teadmised toetavad mitte ainult minu igapäevatööd, vaid inspireerivad ka uute ideede arendamiseks meie teenuste osas. Töö võrdsest innuka ja pühendunud meeskonnaga muutis protsessi sujuvaks ja nauditavaks, aidates kaasa hea õpikeskkonna loomisele.

Grete (kirjandusteadus): Selles projektis osalemine andis mulle võimaluse kasutada oma varasemaid filoloogialaseid teadmisi ning suunata oma kirge kirjanduse ja selle populariseerimise vastu kindla tulemuse saavutamisele. Lisaks õppisin tundma valdkondi, mis olid minu jaoks võõrad; tänu suurele hulgale uuritud materjalile ning oma projektikaaslastele olen palju rohkem teadlik nii turundusest kui raamatukogundusest, aga ka turunduse vajalikkusest erinevate valdkondade (sh selliste, mida esialgu turundusega ei seostaks) jaoks ning inimeste teadlikumaks muutmise olulisusest.

Leian, et projekti väljundiks kujunenud „Raamatukoguturunduse kompass” ehk digitaalne juhendmaterjal oli meie sisuka analüüsi tulemuste esitamiseks parim võimalik lahendus – „Kompassi” reaalne kasutegur Eesti raamatukoguvaldkonnale on suur ning loodetavasti aitab see inimesi raamatukogudele lähemale tuua.

Samuti kinnitas projektis osalemine minu jaoks omavahelise suhtluse ning ühiste eesmärkide püstitamise tähtsust; alles siis, kui kõik töötavad koos kindla sihi nimel, on võimalik saavutada tulemus edukalt.

Isrid (õigusteadus): ELU projekt andis võimaluse tutvuda teiste erialade üliõpilastega ning oli ehe näide selles, et kuigi oleme kõik väga erineva taustaga, siis tegutsesime ühise eesmärgi nimel ja koostöö sujus hästi. Sain projekti kaudu rohkem teada turundusest ja selle vajalikkusest üleüldiselt. Semestri esimeses pooles ei olnud me veel kindlad, et milline saab olema projekti tulemus, oli

üksnes palju toredaid mõtteid. Üheskoos saime läbi töötada arvestatava hulga materjale, mille tulemusel valmis sisukas juhendamaterjal „Raamatukoguturunduse kompass“, mis võtab kokku kõige olulisema info ja parimad praktikad raamatukoguturundusest. Kuigi ise olen suur raamatusõber ja sage raamatukogu külastaja, siis mina ei olnud teadlik, et raamatukogudest on võimalik laenutada lisaks raamatutele ka muid asju. Loodetavasti meie loodud juhendmaterjal aitab raamatukogudel oma teenuseid rohkem nähtavamaks muuta ja populariseerida raamatukogude küllastamist.

Kati (nüüdismeedia): Osalemine projektis „Raamatukoguturundus – Miks ja kuidas?“ oli mulle äärmiselt õpetlik ja huvitav, avades uusi vaatenurki raamatukogundusest ja eriti selle turundamisest. Projekti käigus erinevate raamatukoguturunduse lähenemisviisidega tutvumine rikastas minu teadmisi ja oskusi nii akadeemilisel kui ka professionaalsel tasandil. Grupitööna oli projektis osalemine nauditav ja hariv. Meie koostööd iseloomustab tõhus suhtlus, ühised eesmärgid ning vastastikune toetus, mis võimaldas meil saavutada efektiivseid tulemusi. Digitaalse juhendmaterjali „Raamatukoguturunduse kompassi“ loomine oli äärmiselt oluline ja parim võimalik lõpptulemus, aidates ka turundusega mittetegelevatel raamatukogutöötajatel suurendada raamatukogude nähtavust ja kaasata uusi kasutajaid. Ka meie juhendajate, kes pakkusid meile vajalikku tuge ja juhendamist, panus oli hindamatu sellise väärtust loova lõpptulemuseni jõudmiseks. Olen tänulik võimaluse eest osaleda selles projektis ning panustada raamatukogunduse edendamisesse Eestis.

Jaana (kunstiteraapiad): ELU projektis osalemine andis põnevad kogemused projektitööst, arendas suhtlemis- ja koostööoskusi. Projekti teema võimaldas sukelduda raamatukogude põnevasse maailma ja avastada raamatukogude teenuste mitmekesisust ja võimalusi (nt sain teada võimalusest laenutada raamatukogust muuseumikaarti ja tööriistu, sain teada, et raamatuid saab tellida ka välismaa raamatukogudest). Juhendajate ettekannetest ja jagatud nippidest sai kasulikke teavet (nt sain teadlikuks ChatPDF programmist, õppisin viitamise nippe Google Scholar kaudu jne). Grupitöö õpetas ka tegema kompromisse ja olema paindlik, kohanema ja lahendusi leidma. ELU vahekokkuvõtte seminar pakkus võimalust kuulata hoopis teiste erialade huvitavaid tegemisi ja projekte, mis avardas silmaringi. Projekti juhendajad olid eeskujuks hooliva ja läbimõeldud juhendamise, mis andis mõtteid kuidas ise edukalt tulevikus projekte juhtida. ELU projekti kaudu

sain uusi tuttavaid erinevatelt erialadelt, saime koos ühise eesmärgi nimel panustada ning nautida selgelt struktureeritud rühmatööd, mis võimaldas jõudsalt tegevustega edasi liikuda.

Anna-Maria (psühholoogia): Minu osalemine selles projektis andis mulle hindamatu kogemuse ja teadmised raamatukogude turunduse valdkonnas. Oma rühmas töötades mõistsin paremini turunduse olulisust ja nende rakendamist raamatukogude kontekstis. Projekti käigus uuritud teooriad ja parimad praktikad avasid mu silmad mitmesuguste turundusmeetodite ja -kanalite suhtes ning õppisin, kuidas neid kohandada erinevatele sihtrühmadele.

Hindan püstitatud eesmärkide saavutamist kõrgelt, kuna meie rühm suutis koostöös luua kvaliteetse digitaalse juhendmaterjali, mis pakub praktilisi juhiseid raamatukogude turundamiseks. Lisaks raamatukogundusele sain projektis osaledes väärtuslikke teadmisi ka psühholoogia ja tarbijakäitumise valdkonnas. Mõistsin paremini, kuidas inimesed reageerivad erinevatele turundusmeetoditele ja kuidas neid saab kohandada vastavalt sihtrühma vajadustele.

Kadrin (euroopa nüüdiskeeled ja kultuurid): Antud projekti koostamisel kogesin kui oluline on meeskonna töö. Kõik töötasid kaasa ja olid väga kohusetundlikud, see tekitas lausa hasardi ja suure huvi antud teema vastu.

Projekti käigus harisin ennast raamatukogu turunduse vallas ja sain omalegi tööalaselts mitmeid ideid, mida edaspidi ka muude valdkondade turundamisel kasutada.

Oli tore uute inimestega tutvavaks saada niivõrd erinevatelt elualadelt. Usun, et täiendasime üksteist väga edukalt. Õppisin, et meeskonnatöös on iga liikme panus ja initsiatiiv äärmiselt oluline. Suures grupis on kerge tunda, et keegi teine vastutab, kuid oluline on, et igaüks panustaks ja näitaks üles initsiatiivi, et koos edukalt lõpule jõuda.

Väga palju laiendas minu silmaringi ka teiste ELU projektide ettekannetel osalemine. Sain mitmes teemas targemaks ning saime üksteisele nõu ja tuge pakkuda.

Anneli (keeleteadus ja keeleteoimetamine): Juhendajate ja kõigi projektiliikmete rõõmsa entusiasmiga alanud ELU projekt „Raamatukoguturundus – Miks? Kuidas?“ on produktiivse ja toredate koostöö lipu all sadamasse jõudnud. Sain kuhjaga kasulikke teadmisi raamatukogundusest, turundusest ning sellest, kuidas raamatukogud üle maailma ja ka Eestis oma kasutajate jaoks väga inspireerival ja innovatiivsel moel olemas on. Märkan ja hindan varasemast rohkem raamatukogude panust hariduse ning kultuuri valdkonnas ja olen tänu projektis osalenud raamatukogutöötajatele teadlikum nende töö väljakutsetest. Olen saanud projekti käigus omandatut juba õppetöös

kasutada. Suur tänu juhendajatele, kes olid oma professionaalsuse ja teadmistega suureks abiks ja eeskujuks ning teistele projekti liikmetele, kes kõik ühise eesmärgi nimel pingutasid. Projektis osalemine andis hea suuremas grupis töötamise kogemuse ning sain mitmeid ideid, mida edaspidi kasutada. Usun, et projekti käigus raamatukogude töötajatele valminud digitaalne juhendmaterjal „Raamatukoguturunduse kompass“ aitab raamatukogusid, nende teenuseid ja üritusi tulemuslikumalt turundada ning kasutajaid ja tulevasi kasutajaid efektiivsemalt kaasata.

Kasutatud kirjandus

- Bhardwaj, R. K., & Jain, P. K. (2016). Marketing of library resources and services: A structured literature review. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 36(3), 119-125.
- CILIP. (01. märts 2024) 2022 Marketing Excellence Awards.
https://www.cilip.org.uk/members/group_content_view.asp?group=201311&id=993310
- Eesti Rahvusraamatukogu. (2022). 21. sajandi raamatukogu: Visioonidokument.
<https://eru.lib.ee/application/files/1016/8318/6900/21-sajandi-raamatukogu-2022.pdf>
- Garoufallou, E., Siatri, R., Zafeiriou, G., & Balampanidou, E. (2013). The use of marketing concepts in library services: a literature review. *Library Review*, 62(4/5), 312-334.
- Gupta, D. K. (2016). Everything is marketing: An analysis of functional relationships of marketing and libraries. *DESIDOC Journal of Library and Information Technology*, 36(3), 126-130.
<https://doi.org/10.14429/djlit.36.3.9888>
- IFLA PRESSREADER (20. veebruar 2024) IFLA PressReader International Marketing award 2024.
<https://iflapressreader2024.org>
- Kantar Emor (2018). Muuseumide ja raamatukogude külastajate ja mittekülastajate uuring: uuringu lõpparuanne. <https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2018/09/Muuseumide-ja-raamatukogude-k%C3%BClastajate-ja-mitte%C3%BClastajate-uuringu-l%C3%B5pp...pdf?fbclid=IwAR3F1ChpTVrmCKIUGNqhrTGyevtfaf0tJY103yJzR7LCOnsMS2DW9qXmjNo>
- Kultuuriministeerium. (10. jaanuar 2024). *Raamatukogud*. <https://www.kul.ee/kultuurivaartused-ja-digitaalne-kultuuriparand/raamatukogud>
- Lepik, A. (2012). Turundus raamatukogu(nduse)s: rohkem küsimusi kui vastuseid? *Eesti Raamatukoguhoidjate Ühingu Aastaraamat 2011*, 37-45. Eesti Raamatukoguhoidjate Ühing.
- Mehta, D., & Wang, X. (2020). COVID-19 and digital library services - a case study of a university library. *Digital Library Perspectives*, 36(4), 351-363. <https://doi.org/10.1108/DLP-05-2020-0030>
- Pinder, C., Melling, M. (1996). *Providing Customer-oriented Services in Academic Libraries*. Library Association Publishing
- Sahli, F., Alidousti, S., & Naghshineh, N. (2023). Branding in libraries: Identifying key requirements and dimensions to provide a conceptual model. *Journal of Librarianship and Information Science*, 55(1), 151-166.
- Vihalem, A. (2003). *Turunduse alused*. Külim.