

**VREDNOVANJE NACIONALNE I SVEUČILIŠNE KNJIŽNICE U
ZAGREBU S GLEDIŠTA KORISNIKA**

THE NATIONAL AND UNIVERSITY LIBRARY IN ZAGREB
SERVICES EVALUATION FROM THE USERS' PERSPECTIVE

Ljiljana Aleksić

Knjižnica Božidara Adžije

Knjižnice grada Zagreba

ljiljana.aleksic@kgz

Dunja Seiter-Šverko

Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu

dseiter-sverko@nsk.hr

UDK / UDC 027.54(497.5Zagreb):024

Istraživanje / Research paper

Primljeno / Received: 14. 10. 2014.

Sažetak

Složeno istraživanje vrednovanja knjižničnih usluga Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu provedeno je kao oblik suradnje između Instituta za poslovnu ekonomiju i poduzetništvo, portala istraživanje.hr i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

Cjelovita inačica projekta obuhvaća istraživanje korisnika, zaposlenika kao i istraživanje opće javnosti o uslugama knjižnice i imidža koji ima u gradu Zagrebu i prvo je ovakvo obuhvatno istraživanje u regiji. Rezultati istraživanja trebaju poslužiti kao ishodište za procjenu postignutog i redefiniranje strateškog plana razvoja Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U ovom radu bit će prikazani rezultati vrednovanja knjižnične usluge s gledišta korisnika.

Svrha ovog istraživačkog projekta je istraživanje korisnika i korištenja Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u daljnjem tekstu NSK), s ciljem da se od korisnika i mogućih korisnika prikupe informacije o stvarnom i željenom korištenju niza knjižničnih usluga, vrednovanja službi, kao i prikupljanja korisničkih sugestija, primjedbi i savjeta za moguće promjene i poboljšanja.

Vrednovanje knjižničnih usluga je najobjektivniji način na koji rukovoditelji knjižnica i financijeri stječu uvid u organizaciju, poslovanje i upravljanje knjižnicom jer daje odgovore o uspješnosti poslovanja. Vrednovanje zahtijeva temeljite pripreme i spremnost upravljačkog tima knjižnice da dobivene rezultate ugradi u daljnje planiranje i rukovođenje. Praćenje i procjenjivanje uspješnosti pojedinih usluga i službi neophodno je za izradu financijskih i godišnjih izvješća, kao i izradu strateškog plana knjižnice.

Ključne riječi: Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu, istraživanje korisnika, vrednovanje knjižnične usluge, zadovoljstvo korisnika, kvaliteta usluge, metode istraživanja

Summary

A complex survey of evaluating library services of the National and University Library in Zagreb was conducted as a joint project of the Institute of Business Economics and Trade, portal www.istrazivanje.hr, and the National and University Library in Zagreb.

The full version of this project includes the research conducted on the library users, the employees (their satisfaction/ dissatisfaction with the library, organizational aspects and internal communication), and on general public in order to evaluate library services and the image the Library has in the city of Zagreb. This is the first comprehensive research of this kind in the region. The survey results are intended to serve as a starting point for assessing the achieved goals and redefining the strategic development plan of the National and University Library in Zagreb.

The paper presents the results of the evaluation from the library users' perspective.

The goal of this research project is to gather information from the current and potential users on the actual and desired use of various library services, evaluation of library departments, as well as their suggestions, comments and tips for possible changes and improvements.

Evaluation of library services is the most objective way for library managers and financiers to gain insight into the organization, operations and management of the library since it presents relevant data on business performance. Evaluation requires a thorough preparation and readiness of the library management team to incorporate the

results in the future plans and management. Monitoring and evaluating of the performance of particular library services and departments are necessary for the preparation of financial and annual reports, as well as developing the Strategic Library Plan

Keywords: National and University Library in Zagreb, library users research, performance indicators, user satisfaction, service quality, research methods

Uvod

Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu javna je ustanova od nacionalnog značenja koja obavlja knjižničnu i informacijsku djelatnost nacionalne knjižnice Republike Hrvatske i središnje knjižnice Sveučilišta u Zagrebu. Knjižnica obavlja i znanstveno-istraživačku i razvojnu djelatnost radi promicanja hrvatskog knjižničarstva te izgradnje i razvoja hrvatskoga knjižničnog sustava. Poslanje je Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pružiti svakom svojem korisniku, hrvatskom društvu u cjelini, kao i svima zainteresiranima, bez obzira na to gdje se nalazili, *najkvalitetniju knjižničnu uslugu*.¹ Iz tog razloga mora dobro poznavati potrebe svojih korisnika i mogućih korisnika.²

Danas se NSK nalazi pred raznim izazovima u društvu koji zahtijevaju spremnost na brze i stalne promjene usmjerene povećanju kvalitete, učinkovitosti i ekonomičnosti usluga. Svaki dan smo svjedoci smanjenja proračunskih sredstava iz lokalnih i državnih izvora, knjižnice se sve više usmjeravaju na vlastita sredstva i druge izvore financiranja (pokrovitelji, donatori...), korisnici i njihove potrebe sve su zahtjevniji, knjižnice u odnosu na širenje informacijskog društva, značaj Interneta i društvenih mreža redefiniiraju svoju zadaću, poslanje, ciljeve i poslovne strategije.³

Vrednovanje knjižničnih usluga namijenjeno je raznim interesnim skupinama: upravljačkom timu, zaposlenicima, korisnicima, financijerima, općoj javnosti, dobavljačima, stručnoj zajednici te je zbog toga iznimno bitno stalno provoditi istraživanja i vrednovati sve svoje usluge.⁴

U normi ISO 11620:2008, vrednovanje je definirano kao postupak utvrđivanja uspješnosti, učinkovitosti, korisnosti i značajnosti neke usluge ili

¹ Izvor: www.nsk.hr (pregledano 1. 11. 2011.)

² Pavičić, Jurica; Nikša Alfrević; Ljiljana Aleksić. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb : Masmedia, 2006. Str. 50.

³ Mi, Jia; Frederick Nesta. Marketing library services to the net generation. // Library management 27, 67(2006), 416.

⁴ Lozano, Ana Reyes Pacios. A customer orientation checklist : a model. // Library Review 49, 4(2000), 173.

ustanove.⁵ Pokazatelji spješnosti uvršteni u normu ISO 11620:2008 moraju zadovoljiti šest mjerila: informativnost, pouzdanost, valjanost, prikladnost, praktičnost i usporedivost.⁶ Analiza svih vrsta statističkih i istraživačkih izvješća pokazala je da niti jedna knjižnica u Hrvatskoj ne prikuplja podatke propisane normom ISO 11620. Kao temeljni problem, uz nepostojanje prikladne stručne literature, pojavljuje se i nedovoljna prilagođenost statističkih modula knjižničnih softvera koji se koriste u hrvatskim knjižnicama.⁷ NSK je započela rad na projektu Primjena hrvatskih ISO standarda (ISO 2789 I ISO 11620) za jedinstveno elektroničko prikupljanje, obradbu i prikaz statističkih podataka o poslovanju svih vrsta knjižnica. Uspostavom jedinstvenoga sustava omogućit će se brže i učinkovitije vrednovanje poslovanja i usluga u svim vrstama knjižnica.

Naime, uspješnost poslovanja većine knjižnica u Hrvatskoj utvrđuje se usporedbom prikupljenih podataka za određeno razdoblje prema, najčešće, godišnjim planovima. Takva knjižnična statistika bilježi brojčane podatke i temelji se na analizi i usporedbi dobivenih podataka. Tako se može, primjerice, izračunati kolanje građe vezano uz broj studenata i učenika. No takve procjene temeljene isključivo na statistici ne daju potpunu sliku o uspješnosti poslovanja knjižnice.⁸ Statistički podaci su brojčane jedinice i ne donose *informacije o uspješnosti poslovanja, zadovoljstvu korisnika* i izravnom *utjecaju usluga knjižnice na svoju okolinu, odnosno javnost*.

U literaturi se mogu naći razne definicije zadovoljstva korisnika koje teži konceptualizaciji zadovoljstva na transakcijskoj razini.⁹ Prosudba zadovoljstva općenito je prihvaćena za određivanje usporedbe razine uspješnosti usluge, kvalitete ili drugih rezultata spoznatih od korisnika pomoću standarda ocjenjivanja.¹⁰

⁵ Information and documentation – Library performance indicators (ISO 11620). 2nd ed. Geneva : ISO, 2008. Str. 3.

⁶ ISO 11620 : 2008. Str. 9.

⁷ Tuškan Mihočić, Gorana. Mjerenje uspješnosti poslovanja u narodnoj knjižnici. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 54, 4(2011), 221.

⁸ Abbott, Christine. Performance measurement in library and information science. London : Aslib, 1994. Str. 8.

⁹ Westbrook, R.; L. R. Oliver. The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction. // Journal of Consumer Research, 1(1991), 84-91.

¹⁰ Standard ocjenjivanja najčešće pretpostavlja skup pretkupovnih očekivanja korisnika koji, kada se uspoređuje s razinom spoznate uspješnosti, dovodi do (ne)potvrđivanja uvjerenja.

Kvalitativna istraživanja u knjižnici, a time i dobiveni statistički podaci, neophodni su za učinkovito upravljanje NSK-om i za promoviranje njenih knjižničnih službi stvarateljima knjižnične politike i financijerima, upravi i djelatnicima knjižnice, stvarnim i mogućim korisnicima, medijima i društvu u cjelini.

Postići visoku razinu zadovoljstva svojih korisnika i zaposlenika, stalno povećavati vrijednost svojih usluga u očima javnosti, te osigurati opstanak i djelotvoran razvoj svoje ustanove, ciljevi su i zadaci Nacionalne i sveučilišne knjižnice.

Povećano zadovoljstvo korisnika rezultira povećanom voljom za korištenjem i plaćanjem ponuđene usluge. Zadovoljstvo korisnika vodi lojalnosti knjižnici i zato svaka uprava knjižnica treba shvatiti izvanrednu važnost stvaranja zadovoljstva korisnika.¹¹ Povećano opažanje vrijednosti knjižnice pozitivno će utjecati na razinu podrške financijera i javnosti.

Iz svega navedenog proizlazi da će povećanje razine zadovoljstva korisnika utjecati na imidž usluge i ugled knjižnice, a to može utjecati i na lakše uvođenje novih usluga lakšim privlačenjem novih korisnika.¹²

Vrednovanje knjižničnih usluga s korisničkog gledišta

Utvrđiti i opisati svrhu korištenja knjižnice danas je iznimno teško jer se odnos između informacijskog stručnjaka, korisnika i sadržaja promijenio i mijenja se svaki dan.

Težnje pokazuju neusklađenost između okruženja i sadržaja koji knjižnice pružaju i okruženja i sadržaja koje korisnici žele koristiti.

Zadovoljiti i zadržati korisnika moguće je ukoliko postoji povjerenje u odnosu knjižnica – korisnik. Uprava i zaposleni moraju biti svjesni činjenice da se povjerenje stječe polako, a gubi vrlo brzo. Stvaranje kulture organizacije koja će svaku komunikaciju korisnika o nezadovoljstvu pruženom uslogom pozdraviti kao dobrodošlu i ispraviti je iznimno važan korak.¹³

Osnovna namjera ovog istraživanja je saznati koliko su korisnici zadovoljni uslugama i službama NSK, odnosno čime nisu zadovoljni, kako bi

¹¹ Marušić, Mira; Tihomir Vranešević. Istraživanje tržišta. Zagreb : Adeco, 2001. Str. 487.

¹² Vranešević, Tihomir. Upravljanje zadovoljstvom klijenata. Zagreb : Golden marketing, 200. Str. 182.

¹³ Aleksić, Ljiljana. Strateški marketing u funkciji unapređenja knjižnične djelatnosti Hrvatske : magistarski rad. Zagreb, 2001.

se razina knjižnične aktivnosti mogla povećati, koliko je uspješno strateško poslovanje knjižnice¹⁴ i utjecaj knjižničnih usluga na javnost.

Kvalitativni podaci¹⁵ koji se prikupljaju od korisnika pokazuju da se njihovo mišljenje o djelotvornosti knjižnice ne temelji na ukupnom broju nabavljenih jedinica, niti na broju posuđenih jedinica, nego da većina navodi dostupnost građe, uspješnost pretraživanja kataloga, osuvremenjivanje kataloga, raspoloživost tražene građe, ljubaznost i kompetentnost osoblja knjižnice, vrijeme čekanja na informaciju i kvaliteta usluge mjerena kroz preciznost, značajnost, novost i točnost.

Za potrebe istraživanja korisnika, korišten je anketni upitnik¹⁶ koji se temeljio na 25 strukturiranih, polustrukturiranih i nestrukturiranih pitanja. Struktura upitnika i metode i tehnike istraživanja detaljno su objašnjene u sljedećem poglavlju.

Strukturirana pitanja obuhvaćala su dihotomna pitanja i višestruki izbor, dok su nestrukturirana predstavljala otvorena pitanja.¹⁷

Anketa je strukturirana kroz tri tematska bloka: knjižnične službe i usluge, prostor, osoblje.

Analiza kvalitete knjižničnih službi i usluga uključila je sljedeće varijable:¹⁸

knjižnične usluge (brzina odgovaranja na upite, posudba, međuknjižnična posudba, redovito informiranje korisnika o novinama u sveučilišnom knjižničnom sustavu, poučavanje korisnika, tiskani vodiči, bilteni...), **dostupnost građe** (raspoloživost – tiskane i elektroničke), **online katalog** (uspješnost pretraživanja, osuvremenjivanje), **kvaliteta i obuhvat zbirki** (ispitna literatura, referentna zbirka), **uvjeti rada** (odgovarajući prostor, npr., osiguran izoliran prostor za rad u skupinama ili pojedinačno, prilagodljiv namještaj, stolna računala), **radno vrijeme, knjižnično osoblje** (ljubaznost, kompetentnost), **prostor NSK** (jasni i precizni putokazi po knjižnici, snalaženje u

¹⁴ Carcedo, Elena Roseras. Management and marketing in the library and documentation centre of Atrium Basque museum of contemporary art. // Management, marketing and promotion of library services based on statistics, analyses and evaluation / edited by Trine Kolderup Flaten. München : K. G. Saur, 2006. Str. 221.

¹⁵ Newman, I; Ridenour, C. S.; Benz, C. R. Qualitative-Quantitative Research Methodology : exploring the Interactive Continuum. Carbondale : Southern Illinois University Press, 1998. Str. 10.

¹⁶ Marušić, Mira; Tihomir Vranešević. Nav. dj., str. 219.

¹⁷ Tkalac Verčić, Ana; Dubravka Sinčić Ćorić; Nina Pološki Vokić. Priručnik za metodologiju istraživačkog rada. Zagreb : M.E.P., 2010. Str. 110.

¹⁸ Tkalac Verčić, Ana; Dubravka Sinčić Ćorić; Nina Pološki Vokić. Nav. dj. Str. 52.

prostoru NSK, dovoljan broj sjedećih mjesta za učenje, čitanje), *računalna oprema* (dostatnost, brzina pretraživanja, dostupnost interneta, bežični internet, korištenje mrežne stanice: pretraživanje kataloga knjižnice, baza podataka, katalog drugih knjižnica, pisači, skeneri, štampači), *dogadnja u knjižnici* (posjeti, privlačnost, suvremenost).

Metodološki okvir istraživanja

Prikupljanje podataka obavljalo se od 17. 10. 2011. do 19. 11. 2011. godine u prostorima Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu. Tijekom mjeseca rujna 2011. godine definirani su postupci, metode, vremenski okvir istraživanja i osobe uključene u Projekt i na strani NSK i na strani Instituta.

Na strani Instituta koordinatori istraživanja bili su mr. sc. Ljiljana Aleksić, viši knjižničar i dr. sc. Goran Vlašić, redoviti profesor na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, voditelj Radne grupe Krešimir Kežman, a članovi Radne grupe bili su osposobljeni anketari, volonteri, snimatelji, tehničari. Na strani NSK korodinator istraživanja bio je Sandi Antonac, koji je uspješno odradio sve organizacijske, informacijske i tehničke poslove na pripremama istraživanja.

Napravljena je i pokusna aplikacija upitnika na 50 ispitanika (pilot ispitivanje)¹⁹ mjesec dana prije samog ispitivanja kako bi provjerili jednoznačnost sadržaja, prihvatljivost forme pitanja, kombinaciju riječi, odnosno preciznost instrumenta.

Sazvan je sastanak svih voditelja službi Knjižnice gdje je predstavljen plan i nacrt istraživanja i gdje su kao pomoć u istraživanju dodijeljeni volonteri u knjižnici. Njihova zadaća bila je da svaki dan provjeravaju na svim razinama knjižnice ima li dovoljno anketa, olovaka i da potaknu korisnike da ispune ankete. Naime, dogovoreno je da će se ankete, kutije za ubacivanje anketa i prateći pingvini nalaziti na 6 razina knjižnice: prizemlje, mezanin, prvi, treći, četvrti i peti kat, a na drugoj razini ne jer su tu radne sobe zaposlenika i specijalne čitaonice.

Za poticanje korisnika na sudjelovanje u istraživanju i upoznavanje sa ciljevima istraživanja korišteni su određeni marketinško-komunikacijski elementi²⁰ kako bi privukli njihovu pažnju. Na sve navedene razine postavljeni su pingvini sa svrhom istraživanja, stalci s anketnim upitnicima, kutije za ankete,

¹⁹ Marušić, Mira; Tihomir Vranešević. Nav. dj., str. 230.

²⁰ Pavičić, Jurica; Nikša Alfirević; Ljiljana Aleksić. Nav. dj., str. 192.

a kao dodatni uočljivi elementi stavljene su podne naljepnice koje vode do upitnika.



Prikupljanje primarnih podataka (anketni upitnici) provedeno je uz pomoć 10 anketara koji su poučeni o načinu komuniciranja s ispitanikom. Ispitanicima su osobno objasnili svrhu istraživanja, naglasili anonimnost i povjerljivost podataka, dali kratki pregled dijelova upitnika, naveli očekivano trajanje popunjavanja upitnika i na kraju im zahvalili na sudjelovanju.

Voditelji projekta proveli su istraživanje tijekom listopada i studenog 2011. godine, i to korištenjem dviju standardnih metoda istraživanja:

*Interno (desk) istraživanje*²¹ – sekundarno istraživanje koje je poslužilo za postavljanje ciljeva primarnog istraživanja.

Eksterno (field) istraživanje

U sklopu *eksternog (field) istraživanja* provedeno je:

kvalitativno istraživanje fokus grupom i promatranjem,

kvantitativno istraživanje metodom anketnog upitnika koji su ispitanici mogli ispunjavati samostalno na mreži i ispisanog primjerka dostupnog u prostorima knjižnice.

Dakle, korištena je kombinirana metodologija kako bi rezultati istraživanja bili bogatiji i vjerodostojniji.²² Kombinirana metodologija uključila je više izvora, odnosno vrsta podataka, više istraživača, više metoda u prikupljanju

²¹ *Internim (desk) istraživanjem* obradili su se dostupni sekundarni izvori informacija: knjige, znanstveni i stručni članci iz područja knjižničarstva, istraživanja tržišta, istraživanja i vrednovanja usluga, statističke publikacije, interni radni materijali, banka podataka Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu, dostupni podaci prijašnjih istraživanja u NSK, internet i drugo.

²² Kvantitativna i kvalitativna metodologija istraživanja razlikuje se u pristupu, metodama, modelima i korištenim postupcima koji se primjenjuju. Iako je postupak istraživanja u osnovi isti, ova se dva pristupa razlikuju po načinu prikupljanja podataka, postupcima obrade i analize podataka i stilu opisa dobivenih podataka, te će tako biti prezentirani i rezultati istraživanja.

i istraživanju. Ova metodologija odabrana je za potrebe istraživanja kako bi se problemi poput valjanosti, pouzdanosti i mogućnosti poopćivanja sveli na minimalnu razinu.

Kvalitativno istraživanje fokus grupom²³

Cilj ove faze istraživanja bio je utvrditi ključne elemente NSK na kojima se temelje kasniji stavovi korisnika / zaposlenika / opće javnosti. Kvalitativna istraživanja omogućuju ispitivanje osnovnih čimbenika koji određuju, odnosno utječu na ponašanje korisnika. Istraživanjem stavova, motiva, mišljenja, vrijednosti ili stila života korisnika dobiva se mnoštvo detaljnih informacija koje pomažu u daljnjem ispitivanju ili rješavanju određenih problema.²⁴ Svrha kvalitativne metodologije je dublji uvid i razumijevanje istraživanog problema. Zaključci se izvode na temelju analize kategorija, koja se temelji na logici istraživača.

Skupni intervju proveden je s osam korisnika knjižnice. Intervju u NSK su kao moderatori proveli Goran Vlašić i Ljiljana Aleksić, čiji je zadatak bio uvesti sudionike u temu – zadovoljstvo/nezadovoljstvo knjižničnim uslugama, ohrabriti ih da daju odgovore, postavljali su im potpitanja i usmjeravali razgovor o temi koja je bila predmet istraživanja.²⁵ Moderatori su provodili skupni intervju u paru, pri čemu je jedan član tima usmjeravao razgovor, a drugi član je brinuo o tehničkim pomagalima, bilježio i nadzirao moderatora. Osnovna prednost skupnog intervjuja je brzina, a među ispitanicima se odvija interakcija, koja potiče sudionike na razgovor (efekt lavine)²⁶ i poboljšava kvalitetu podataka. Korisnici NSK jako su dobro prihvatili skupni intervju, otvoreno su i spontano izražavali mišljenja i stavove o uslugama, prostoru i osoblju NSK. Sklad njihove skupine pružio je mnogo informacija, pogleda, ideja i mišljenja, a na površinu su izišle i neke ideje koje se nisu očekivale na početku istraživanja, a koje su dane u analizi rezultata u sljedećem poglavlju.

²³ Intervju fokus grupa je nestrukturirani intervju slobodnog tijeka s manjom skupinom ispitanika, s kojima se razgovara o određenoj temi. Skupine obično čini 5-10 osoba koje su sličnih značajki.

²⁴ Svrha kvalitativne metodologije je dublji uvid i razumijevanje istraživanog problema. Zaključci se izvode na temelju analize kategorija, koja se temelji na logici istraživača.

²⁵ Kao i za sve ostale istraživačke procedure, za provedbu skupnog intervjuja bilo je potrebno pripremiti sadržaj intervjuja, obavijestiti sudionike o terminu i očekivanom trajanju skupnog intervjuja. Skupni intervju proveo se u maloj dvorani na mezaninu NSK. Ispitanici su sjedili oko okruglog stola, osigurani su im ugodni uvjeti za razgovor, a cijeli se postupak bilježio videokamerom i naknadno analizirao.

²⁶ Tkalac Verčić, Ana; Dubravka Sinčić Ćorić; Nina Pološki Vokić. Nav. dj., str. 113.

Uzorak: korisnici (n = 1 fokus grupa x 8 sudionika)

Kvalitativno istraživanje promatranjem²⁷

Promatranje je bilo dio cjelovitog postupka istraživanja u NSK, njegovi su se rezultati bilježili, analizirali kvantitativno i kvalitativno, a stručni promatrač je osigurao nadzor pouzdanosti, objektivnosti i valjanosti.

Promatranje u NSK odvijalo se višekratno (dva tjedna po 3 sata dnevno) i to na svim razinama zgrade (osim 2. kata). Ove razine uključene su u istraživanje iz sljedećih razloga:

Ulaz (prizemlje) bio je iznimno važan zbog promatranja načina ulaska u knjižnicu, snalaženja korisnika (novih i starih) u prostoru, traženja i dobivanja informacija, reakcije na istraživačke kutije, upitnike, pingvine, interne komunikacije, komunikacije sa zaposlenicima.

Prvi, treći i četvrti kat su razine gdje korisnici uče i posuđuju knjige i časopise za učenje u knjižnici i zanimala nas je komunikacija s dežurnim knjižničarima, ponašanje korisnika, učestalost ulazaka i izlazaka.

Na petom katu nalazi se restoran gdje se studenti hrane, odmaraju, piju kave i sl.

Termini promatranja bili su jutarnji, podnevni, popodnevni i noćni.²⁸

U ovom istraživanju odlučili smo se za strukturirano promatranje, odnosno imali smo unaprijed definiran obrazac za promatranje²⁹ u koji smo bilježili podatke koje smo opazili.

Obrazac uključuje opis fizičkog prostora koji je promatran, prisutne osobe, interakcije i ponašanje korisnika i zaposlenika unutar NSK te aktivnosti koje su se dogodile za vrijeme promatranja. Obrazac također sadrži i mišljenje, refleksije i reakcije promatrača te ideje, poglede i analitičke komentare koji su navedeni u analizi i interpretaciji.

Iznimno je bitno utvrđivanje trenutaka kontakta u interakciji korisnika s djelatnicima NSK, jer u tim trenucima dolazi do "sukoba" stavova i to su ključni trenuci gdje je bitno da zaposlenici razumiju očekivanja korisnika.

Uzorak: korisnici i zaposlenici (n = 100 ispitanika)

²⁷ Promatranje kao metoda prikupljanja primarnih podataka je postupak uočavanja i bilježenja činjenica ili događaja bez postavljanja pitanja osobama čije se ponašanje prati.

²⁸ Termini promatranja bili su različiti kako bi se obuhvatili korisnici u jutarnjem terminu kada zauzimaju stolove, piju kavu i sl., podnevni kada ručaju, poslijepodnevni kada nastupa umor i noćni zbog specifičnosti noćnog rada. Promatranje je obavljeno radnim danima i vikendom. Također i za vrijeme sunčanog i tmurnog dana (zbog osvjetljenja – više objašnjeno u rezultatima istraživanja), kao i običan dan i dan s manifestacijom.

²⁹ Tkalac Verčić, Ana; Dubravka Sinčić Ćorić; Nina Pološki Vokić. Nav. dj., str. 99.

Visoko strukturirani upitnici – uzorak korisnika (B2C)³⁰

Jedno od osnovnih obilježja kvantitativnih istraživanja koje smo primjenili u našem istraživanju jest standardizacija, odnosno postavljanje identičnih pitanja svim ispitanicima, što nam je pomoglo kod statističke obrade podataka. Upitnikom su istraženi stavovi korisnika o:

- uslugama knjižnice (kvaliteta i kvantiteta) i prijedlozima za poboljšanje,
- prikladnosti prostora i prijedlozima za poboljšanje
- ljubaznosti i stručnosti osoblja

Uzorak: korisnici knjižnice (n=632)

Metode analize rezultata

Nakon prikupljanja svih upitnika, organiziran je postupak kategoriziranja odgovora, njihova logička provjera, kodiranje i unošenje u računalno. Obrada podataka obavljena je računalno.

Analiza rezultata vršila se:³¹

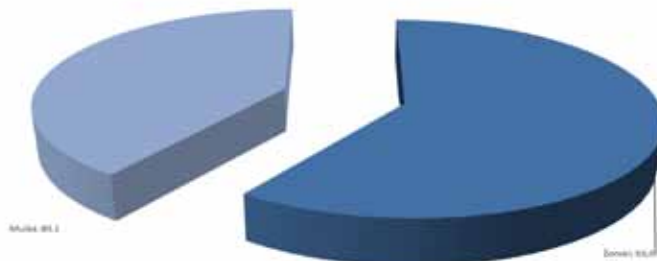
- **SPSS, AMOS i STATA programskim paketima**, a statističke metode obuhvaćale su T-testove za utvrđivanje odstupanja od teorijske srednje vrijednosti
- **ANOVA**, za utvrđivanje razlika između ispitanika
- **Chi-square**, za utvrđivanje razlika među ispitanicima
- **Cluster analize**, kako bi se utvrdile ciljne grupe prema kojima se može standardizirati usluga / komunikacija
- **Faktorske analize**, za definiranje varijabli (imidž i dr.)
- **Regresijske analize**, kako bi se utvrdio utjecaj elemenata na želju korisnika za učlanjenje kao i intenzitet korištenja usluga od korisnika
- **Modeliranje strukturnih jednadžbi**, kako bi se utvrdila međuovisnost percepcija.

Sumarni rezultati istraživanja korisnika

Demografske značajke uzorka zahvaćenog istraživanjem ukazuju da je najveći broj korisnika ženskog spola (približno 60 posto), kao što je prikazano na Slici 1.

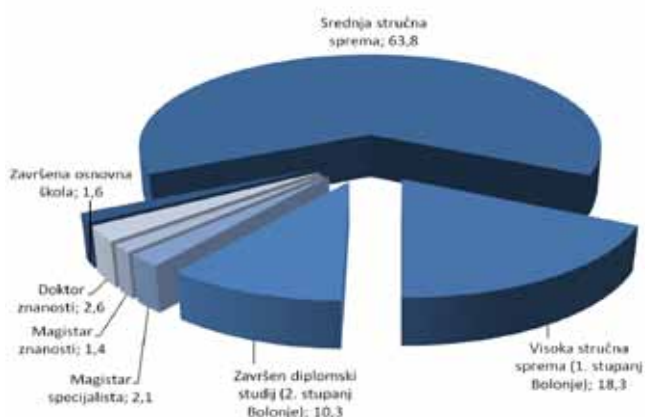
³⁰ Kvantitativna istraživanja omogućuju usmjerenje pažnje na brojčane podatke, dakle to su istraživanja iz kojih proizlaze statističke analize.

³¹ Bryman, A., D. Cramer. Quantitative Data Analysis with SPSS for Windows : a guide for social scientists. London : Routledge, 1997.



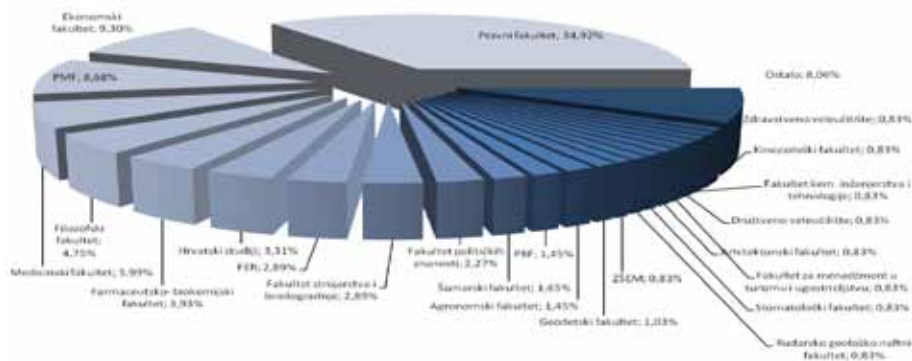
Slika 1. Demografska obilježja korisnika: spol

Glavna ciljna skupina NSK su *studenti grada Zagreba, uključivši i šire gradsko područje*, što dokazuju i podaci u nastavku. Naime, gotovo 65 posto korisnika ima (trenutno) završenu srednju stručnu spremu, pa se može s visokom sigurnošću pretpostaviti da studira na jednom od preddiplomskih/integriranih preddiplomskih i diplomskih, odnosno stručnih studija. Korisnika sa završenim osnovnoškolskim obrazovanjem ima relativno malo (1,6 posto), kao i korisnika za koje se može pretpostaviti da se bave znanstveno-istraživačkim radom (4 posto korisnika sa završenim doktoratom i magisterijem znanosti, odnosno sljedećih, približno, 2 posto korisnika koji su završili specijalistički poslijediplomski studij). Stoga se kao sljedeća velika skupina izdvajaju mogući studenti diplomskih bolonjskih studija (18,3 posto) i mogući bolonjski poslijediplomci ili doktorandi (10,3 posto).



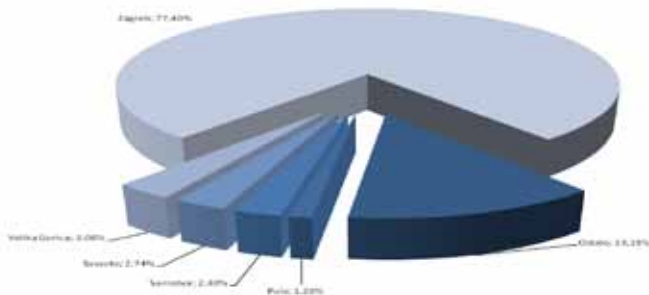
Slika 2. Demografska obilježja korisnika: stupanj obrazovanja

Pritom je zanimljivo napomenuti da više od trećine korisnika studira na Pravnom fakultetu, dok studenti najpopularnijih “društvenih” fakulteta (Pravni, Ekonomski, Filozofski, Hrvatski studiji) čine više od polovice anketiranih korisnika. Od “prirodnih” fakulteta, čini se da su među korisnicima najprosjечно zastupljeni i studenti Prirodoslovno-matematičkog fakulteta. Navedeno je zanimljivo zbog mogućeg pristupa uređenju specifičnih skupina građe, odnosno dijelova prostora NSK, koji bi se mogli prilagoditi posebnim potrebama i interesima navedenih skupina studenata kao temeljnih skupina (postojećih) korisnika. Naravno, NSK može (i treba) razmišljati i o svojim željama za usluživanjem nekih drugih skupina korisnika, osim postojećih. Međutim, važno je osvijestiti poznavanje postojećeg stanja, na koje ukazuje struktura korisnika prema fakultetu koji pohađaju, a što je prikazano na Slici 3.



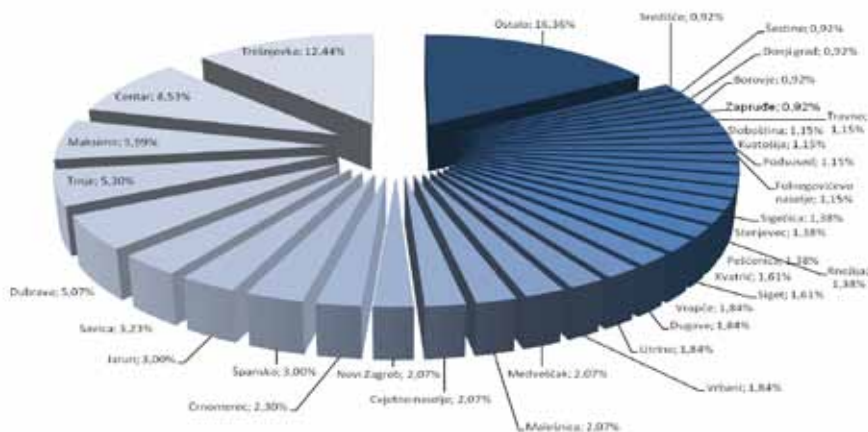
Slika 3. Demografska obilježja korisnika: studij

Kao što se može i pretpostaviti, glavnina korisnika (više od 2/3) je s područja grada Zagreba ili obližnjih gradova/mjesta (nešto ispod 10 posto), dok ostatak čine korisnici iz ostalih područja RH, koji ciljano i povremeno koriste usluge NSK, što je prikazano Slikom 4.



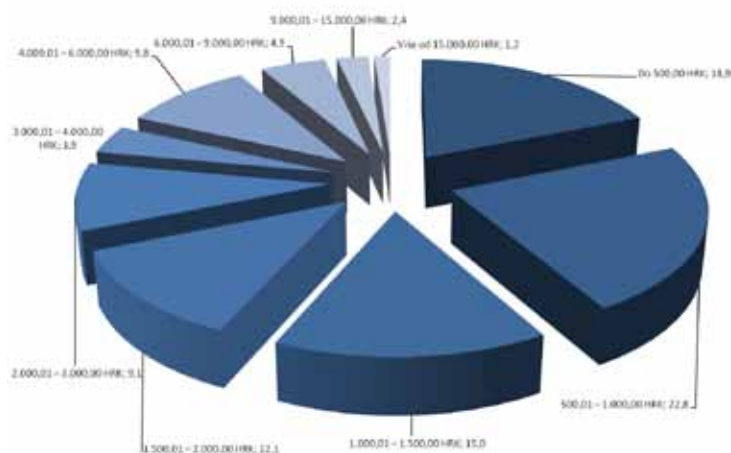
Slika 4. Demografska obilježja korisnika: prebivalište

Od studenata s prebivalištem u gradu Zagrebu, faktor blizine ima relativno značajnu ulogu, budući da je više od 12 posto korisnika s područja gradskog kvarta Trešnjevka, a više od 8 posto iz središta grada.



Slika 5. Demografska obilježja korisnika: gradska četvrt (za korisnike iz grada Zagreba)

Demografsku sliku “zaokružuju” i podaci o prosječnom raspoloživom dohotku, koji je uglavnom prilično ograničen – za najveću skupinu korisnika do 1.000 kn mjesečno, a za približno 60 posto korisnika do 2.000 kn mjesečno. Stoga se, kao glavni motiv posuđivanja knjiga, treba izdvojiti troškovna prihvatljivost korištenja knjižničkog fonda, umjesto kupovine. Nadalje, u obzir treba uzeti i (ne)raspoloživost odgovarajućeg (mirnog, pogodnog...) prostora za učenje, odnosno istraživački rad.



Slika 6. Demografska obilježja korisnika: raspoloživi mjesečni dohodak

Prethodno prezentirani podaci daju relativno jasnu demografsku sliku korisnika: radi se o tipičnoj studentskoj populaciji, nastanjenoj ili s privremenim boravkom u gradu Zagrebu (ili okolici), s relativno ograničenim prihodima, pri čemu prevladavaju studenti preddiplomskog (ili stručnog) studija društvene skupine fakulteta/visokih škola.

Ovako mlada populacija ima različite asocijacije na “brand”, odnosno izričaj *Nacionalna i sveučilišna knjižnica*, koji se veže kako s prostorom, raspoloživim knjižnim fondom, ljubaznošću osoblja i drugim perceptivnim značajkama kvalitete usluge NSK, ali i s nizom drugih “neopipljivih” doživljaja organizacije u cjelini. Navedene kvalitativne asocijacije opisuju, u najširem mogućem smislu, *brand* kakav je NSK kao organizacija razvila među pripadnicima svoje ciljne skupine. U načelu, potrebno je, odnosno poželjno,

da korisnici/potrošači, nakon što se spomene ime *branda* (*tržišnog imena/marke*), dođu do pozitivnih asocijacija, tj. poistovjećuju organizaciju i njezine proizvode/usluge s pozitivnim slikama, odnosno pojmovima. Za svaku je organizaciju od velikog značenja da je njezini korisnici prepoznaju, ali i da nju u cjelini, kao i proizvode/usluge pozitivno doživljavaju te povoljno pozicioniraju u odnosu na ponudu suparničkih organizacija.

Najvažnije asocijacije do kojih dolaze korisnici NSK su pojmovi:

učenje, knjige, znanje, zgrada, mir, ispiti, gužve, noćno učenje, istraživanje, red, disciplina, profesionalnost, kava, druženje, koncentracija, birokracija, obrazovanje, zadovoljstvo, neljubaznost osoblja, neuljudnost, časopisi, stare knjige.

Dakle, moglo bi se reći da se NSK uglavnom doživljava kao “ozbiljnu”, ali i pomalo “dosadnu” ustanovu, što odražava klasično pozicioniranje hrvatske akademske ustanove među korisnicima. NSK je oličenje učenja i istraživanja, mjesto koncentriranog i mirnoga intelektualnog rada, prepoznatljiva po svojoj zgradi i redu/disciplini/profesionalnosti rada. Međutim, isto tako, NSK je prepoznatljiva kao mjesto za druženje i noćno učenje, koje je trenutno ograničenog dosega! Osim toga, NSK se, na žalost, prepoznaje i po neljubaznosti osoblja, gužvama te zastarjelom fondu.

Kvalitativni metodološki vidovi istraživanja kao temeljne **motive korištenja usluga NSK (odnosno fizičkog dolaska u knjižnicu)** izdvajaju **mogućnosti/prilike za učinkovito učenje, druženje i korištenje literature**. Pritom NSK, očito, koristi svoje jake strane, u koje spadaju velik i lijepo uređen prostor knjižnice i veliki knjižni fond, koji studentima rješava problem nedostupne i/ili (pre)skupe literature. Međutim, treba primijetiti da, među izdvojenim stavovima korisnika, postoji i vrlo snažna “društvena” komponenta korištenja knjižnice, vrlo jasno izrečena kroz uvjerenje *svi su u NSK, odnosno moje društvo, cool ljudi....* su u NSK. U tom smislu, treba preporučiti i veće zalaganje u stvaranju novih sadržaja, odnosno marketinškoj komunikaciji, zasnovanoj na naglašavanju društvene privlačnosti članstva u NSK (što uključuje i veće zalaganje na promociji knjižnice i njenog djelovanja na društvenim medijima – Facebooku, Twitteru, itd.).

• Dostupnost stručne i ispitne literature.
• Zbog poticanja na učenje.
• Zbog dobrih uvjeta za učenje – lijepo okruženje, mir, red, restoran za ručak.
• Zbog mjesta za učenje, mira i tišine.
• Djelomično zbog velikog broja kolega koji ovdje uče, a i zbog literature.
• Kada sam krenuo studirati ovo je bilo mjesto gdje je postojao mir, radna okolina, te također gdje bi se sreli kolege i prijatelji.
• Po preporuci kolega.
• Društvo je tu i učim samo tu.
• Radi pronalaska referentne građe za svoje profesionalno usavršavanje.
• Zbog mogućnosti noćnog učenja, za koje drugdje nemam uvjete.
• Svi su tamo!
• Zbog uvjeta za učenje koje nisam imala kod kuće, jer mi je uvijek nešto drugo odvratilo pažnju... U NSK je tišina i mir, svi uče pa učim i ja! Na kraju uvijek izađem zadovoljna, jer mi je dan bio učinkovit!
• Zbog svog napredovanja u srednjoj školi, unapređenja znanja i zanimljivosti koje me zanimaju, vezano uz medicinu. Zahvalila bih svima koji rade u NSK, jako su ljubazni i ja to poštivam!
• Zanimala me količina i raznolikost literature s kojom raspoložu, te zatim zbog mogućnosti učenja u mirnom prostoru s mogućnošću jendostavnog pristupa literaturi koja mi je potrebna.
• Jer su svi cool ljudi učlanjeni u NSK.
• Zbog usavršavanja, studija, istraživanja, interneta itd. Osjećam da je NSK idealno mjesto u Zagrebu za učenje i studij. No, smatram da može biti još bolje i bio bi sretniji kad bi se dogodile promjene ma bolje što prije.
• Puno mi je pomoglo noćno učenje u vašoj ustanovi, no zbog prekida noćnog rada sam izrazito nezadovoljan kao i većina studenata koje poznajem. Tako da vas ovim putem molim da vratite noćno učenje! Hvala.

Slika 7. Izabrani kvalitativni stavovi korisnika: razlog korištenja (dolaska u) NSK

Osim toga, vrlo je uočljiva potreba korisnika za omogućivanjem (cjelo) noćnog učenja, što je više puta i naglašeno tijekom kvalitativnog istraživanja, zbog čega treba razmotriti i organizacijske mogućnosti za ponovno uspostavljanje ovakvog oblika radnog vremena. Uzevši u obzir ograničene financijske mogućnosti studenata kao temeljne korisničke skupine, financijska pristupačnost se izdvaja kao temeljni motiv korištenja knjižnice, iako se, u određenim

okolnostima, i pronalazak starije ili rasprodane građe može pojaviti kao razlog za korištenje knjižničnog fonda. Osim toga, treba uzeti u obzir i da je životni prostor mnogih studenata relativno ograničen, zbog čega nemaju niti dovoljno prostora za stvaranje vlastite zbirke knjiga. Kao važna primjedba korisnika, izdvaja se i *zahtjev za besplatnim posuđivanjem knjiga bez naknade, i to bez obzira na studentski status (redoviti ili izvanredni)*.

• Jednostavnije je posuditi nego kupiti knjigu.
• Jeftinije.
• Ekonomičnije.
• Zbog visokih cijena knjiga na tržištu.
• Vrlo jednostavno, posudba je jeftinija od kupovine. Ukoliko mi se knjiga ne sviđa, vratim i zaboravim.
• Financijski razlozi, nedostupnost u knjižarama (rasprodano izdanje), knjiga koja je potrebna za vrlo kratko razdoblje tj. za jedan ispit, nedostatak prostora u stanu za knjige.
• Nakon nekog vremena i najzabavnija knjiga postane dosadna. Bolje posuditi nego kasnije požaliti potrošeni novac.
• Zbog troška kupnje. Ako pojedincu treba samo uvid u neku tematiku ili određeni dio knjige, nema potrebe za kupnjom.
• S obzirom na opus knjiga NSK, vjerojatno stoga što neke knjige ne bih našao u knjižarama s obzirom na starost, stoga što mu knjiga treba za određen rad i više nikad. S obzirom na cijenu knjiga.
• Zato jer posuđivanje knjiga ima neki starinski štih; knjiga iz knjižnice ima specifičan miris, na koricama uvijek možeš pronaći neki zanimljivi komentar prijašnjeg čitatelja... volim posuđivati knjige :)
• Zato što ju želi samo pročitati, jer mu je preskupa (većina stručne literature je preskupa), gdje bi sa svim tim knjigama da svaku knjigu koja mu treba ili je želi pročitati kupi, možda mu treba za faks koju je teže nabaviti.
• Zato što nije dana mogućnost izvanrednim studentima posuđivati knjige. JAVNA JE TAJNA da svi osim redovnih koriste iskaznice redovnih studenata za posudbu. Svi MORAJU moći posuđivati knjige BEZ NAKNADE!!!

Slika 8. Izabrani kvalitativni stavovi korisnika: razlozi za posudbu knjiga

Kao temeljni razlog koji ih sprečava u kupovini knjiga, korisnici navode visoke cijene i nedovoljne prihode, kao i činjenicu da će pojedine knjige koristiti jednokratno – najčešće za pripremu pojedinih ispita. Nadalje, iako se

i dalje mogu pronaći stavovi o *knjizi kao trajnoj vrijednosti*, čini se da su temeljni motivi za kupovinu knjige ipak *utilitarni*, a odnose se na *trajnost i upotrebljivost (praktičnu vrijednost) sadržaja*, kao i na mogućnost vlastitog “rada na tekstu” (potcrtavanje, korištenje markera itd.). U određenim slučajevima, korisnici iznose i relativno negativne stavove o kupovini knjiga kao obliku stjecanja statusa, odnosno “nepotrebnog” trošenja novca, što dovodi u pitanje tradicionalnu društvenu vrijednost o knjizi kao “trajnom” intelektualnom dobru i poželjnom objektu posjedovanja. Sve navedeno govori o **vrlo velikoj potrebi korisnika NSK za uslugom posudbe**, što jamči dugoročnu održivost ustanove, ali ukazuje i na **promjene u stavovima vezanim uz društvenu poželjnost posjedovanja knjige**, a za koje se, s visokom vjerojatnošću, može kazati da se više ne vezuju uz “automatsku” poželjnost posjedovanja knjige kao objekta, koji dokazuje intelektualni habitus i/ili društveni status.

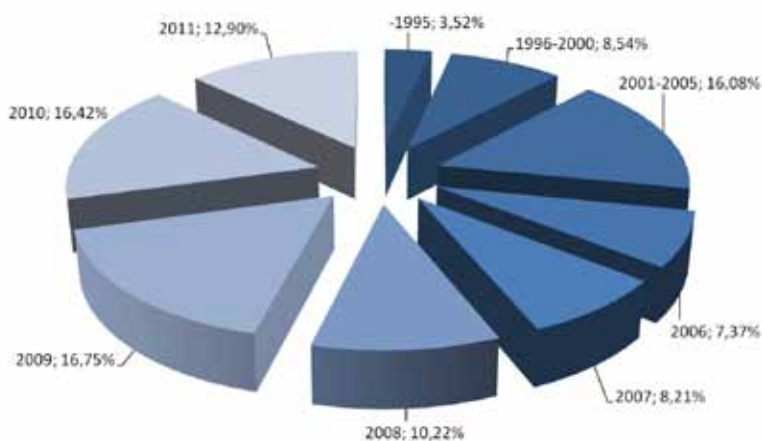
• Ponekad treba kupiti knjigu i stvarati svoju biblioteku važnih i vrijednih sadržaja.
• Osjećaj posjedovanja knjige kao umjetničkog djela ili dijela povijesti.
• Stvaranje vlastitog fonda knjiga. Stalne potrebe za korištenjem određene knjige. Izbjegavanje procesa posudbe/vraćanja ako osobi knjiga ne treba više od jednom.
• Ako se u knjižnici ne može posuditi, a potrebna je za rad.
• Ako mu je osobito važna ili potrebna neko vrijeme.
• Važni i zanimljivi predmeti na fakultetu stvaraju mi želju da imam svoju original knjigu.
• Ako će mu koristiti u daljnjem radu i životu, ili je na bilo koji način vezan za knjigu.
• Zato što voli imati svoju vlastitu knjižnicu.
• Knjiga općenitog tipa (biokemija, anatomija) je nešto što se koristi gotovo svakodnevno, pa ju je dobro uvijek imati pri ruci kada zatreba.
• Ukoliko je knjiga iz određenog spektra tematika koja će vam uvijek trebati, knjigu je svakako bolje kupiti.
• Radi mirisa nove knjige i radosti držanja vlastite knjige u rukama.
• Neke knjige je poželjno uvijek imati u vlastitoj biblioteci poput rječnika ili leksikona. Oni imaju trajnu vrijednost, tj. njihov sadržaj je uvijek aktualan.

Slika 9. Izabrani kvalitativni stavovi korisnika: razlozi za posudbu knjiga

Kada je, na prethodno opisan način, utvrđen **temeljni motivacijski okvir** za korištenje usluga NSK, u nastavku istraživanja su **analizirana obilježja**

članstva i njihovog uzorka ponašanja u korištenju knjižničkih usluga, kako bi se došlo do zaključaka o obilježjima sadašnjeg djelovanja NSK.

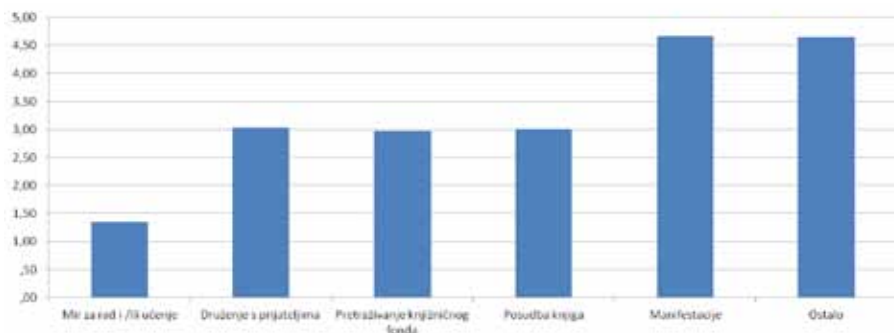
Pozornost je prvo usmjerena duljini “korisničkog staža”, pri čemu je utvrđeno da je većina korisnika relativno kratko vrijeme članovima NSK: ukoliko se računa razdoblje od 2008. do 2011. godine, u njemu je u članstvo stupilo nešto više od 56 posto anketiranih. Kako je prikazano na Slici 10, “starih članova” nema previše, što bi moglo ukazati na **probleme u zadržavanju lojalnosti korisnika**, koji će se kasnije podrobnije ispitati.



Slika 10. Temeljna obilježja korištenja knjižnice i ponašanja korisnika: duljina članstva

Prethodno dobiveni rezultat nije teško interpretirati: NSK se koncentrira na pružanje usluga studentima kao temeljnoj ciljnoj skupini, pa kako završavaju studij, članovi tako i gube interes za daljnjim korištenjem usluga NSK, što govori da je **potrebno razvijati usluge kojima bi se poticao interes za obnovom članstva i nakon završetka formalnog obrazovanja.**

Članovi su, pak, rangirali *temeljne razloge svog dolaska u NSK*, kako prikazuje Slika 11.

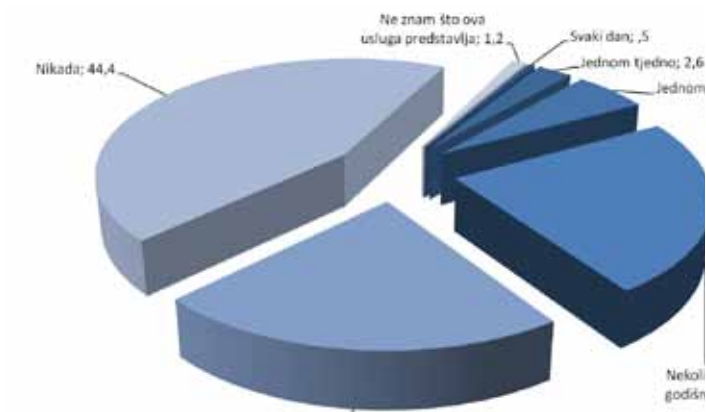


Slika 11. Temeljna obilježja korištenja knjižnice i ponašanja korisnika: kvantitativna analiza motiva

Najvažniji razlozi posjeta knjižnici, kako je i prethodno navedeno, odnose se na njezine temeljne snage: mirna atmosfera za rad i učenje, pronalazak potrebne građe i druženje s ostalim članovima/članicama. Ostali spomenuti motivi (besplatni internet, blizina fakulteta, upoznavanje s mogućim partnerima, ugodna atmosfera, noćno učenje, prijeka potreba), kao ni prisustvovanje različitim posebnim događanjima, nisu se pokazali kao značajni u odnosu na prethodno utvrđeni temeljni motivacijski okvir.

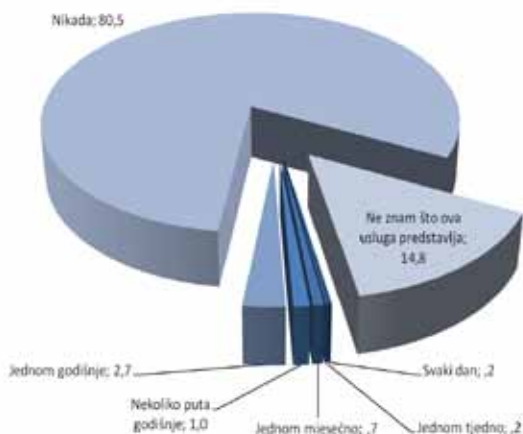
Do prethodnog se zaključka može doći i analizom **korištenja “naprednijih” usluga NSK**, pri čemu je najjednostavnije započeti s prisustvom (posebnim) manifestacijama – marketinškim “eventima” – kao motivom za boravak u knjižnici. Kako je prikazano na Slici 12, nešto više od 66 posto posebnim manifestacijama u NSK ne prisustvuje nikad, ili tek jednom godišnje. U tom smislu treba upozoriti na dobru praksu nekih gradskih knjižnica, koje imaju razrađene sustave obavještanja javnosti, ali i samih zaposlenika o rasporedu dogovorenih posebnih manifestacija – događanja u knjižnici.³²

³² Vidjeti opširnije u: Mihanović, Alfirević, Pavičić. Marketing i menadžment u knjižnicama : primjer dobre prakse posebnih događanja u Gradskoj knjižnici Zadar. // Svezak – časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja 13(2011), 10-13.



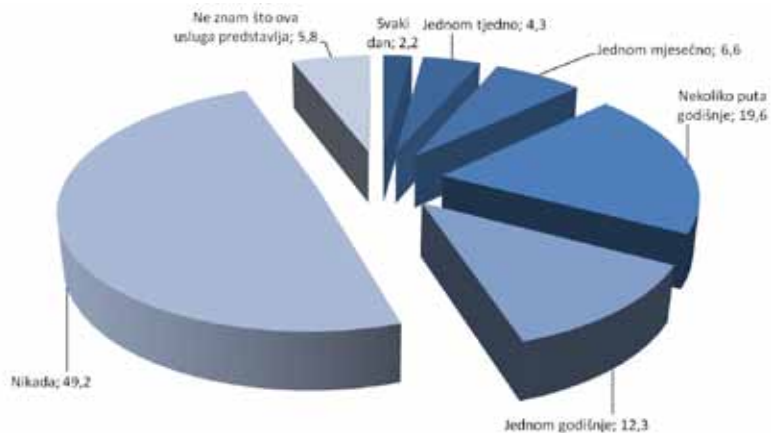
Slika 12. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: posjeti posebnim manifestacijama

Složenijom i nedovoljno poznatom (među općom korisničkom populacijom, zahvaćenom ovim istraživanjem), zasigurno se mogu smatrati i usluge za nakladnike (dodjela ISSN i ISBN brojeva, osiguranje obveznog primjerka i slično), koje nikada nije koristilo približno 80 posto korisnika. Iako se takvo stanje može i očekivati, s obzirom na profil ciljne skupine, trebalo bi poraditi na poučavanju korisnika o svim vidovima djelovanja NSK, jer oko 15 posto ispitanika uopće ne poznaje opseg aktivnosti NSK u području izdavaštva (vidjeti Sliku 13).



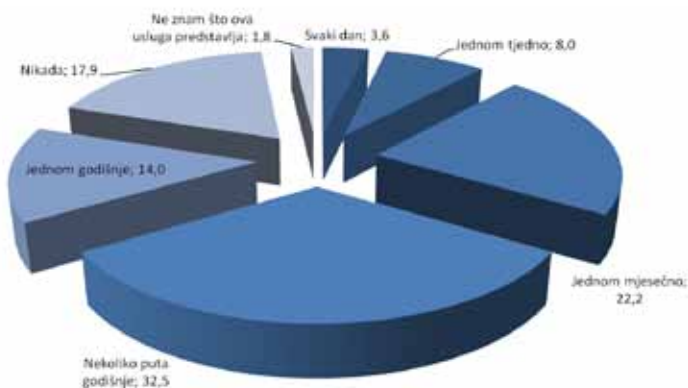
Slika 13. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluge za nakladnike

Ostale “složenije” usluge zasigurno obuhvaćaju *međuknjižničnu posudbu*, koju nikada nije koristilo nešto više od 49 posto anketiranih korisnika, a gotovo 6 posto uopće nije upoznato s navedenom mogućnošću, što govori o potrebi **dodatnog informiranja korisnika** (vidjeti Sliku 14 u nastavku izvješća).



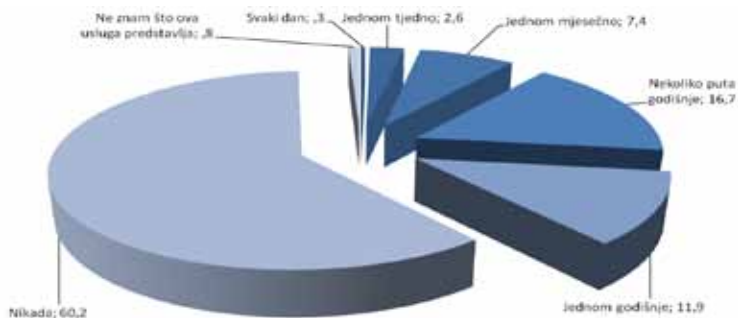
Slika 14. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga međuknjižnične posudbe

Također se pokazuje da relativno mali broj anketiranih koristi i relativno “logičnu” i “jednostavnu” uslugu traženja izravnih informacija/pomoći od osoblja, i to: gotovo 18 posto nikada, samo 14 posto jednom godišnje, a nešto više od 32 posto nekoliko puta godišnje (vidjeti Sliku 15). Analiza dobivenih rezultata govori da se možda radi o već spomenutoj nedovoljnoj informiranosti korisnika, iako **treba analizirati i kvalitetu usluge pružene korisnicima u izravnom kontaktu s osobljem**, što će biti predmetom daljnjeg istraživanja.



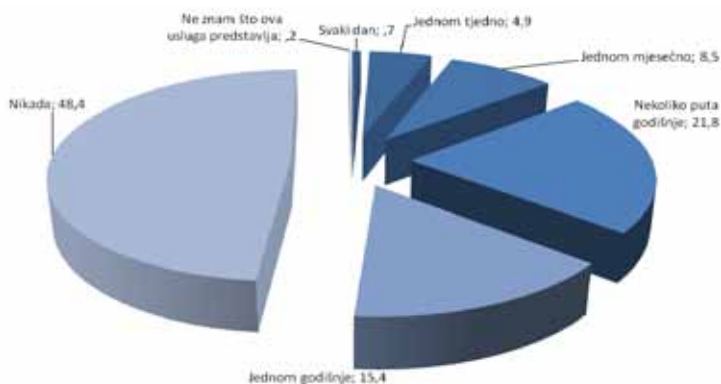
Slika 15. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga izravnog pružanja pomoći/informacija

Također je zanimljivo da najveći broj korisnika gotovo uopće ne koristi uslugu digitalnog ispisa (nešto više od 80 posto), dok navedenu uslugu redovito (dnevno ili tjedno) koristi manje od 3 posto anketiranih (vidjeti Sliku 16).



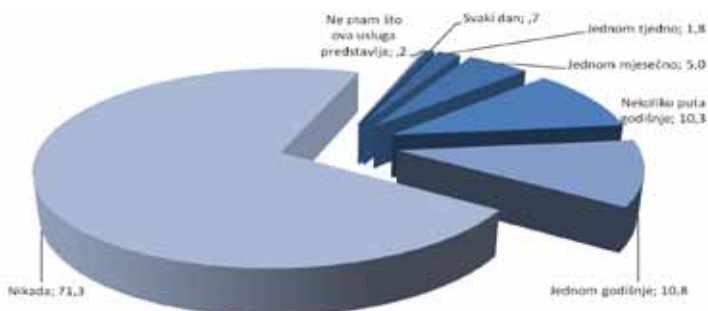
Slika 16. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga digitalnog ispisa

Slično se može zaključiti i za uslugu fotokopiranja građe, koju nikada ne koristi nešto manje od polovice ispitanika, pri čemu se, ipak, može identificirati skupina korisnika koji, vjerojatno za potrebe znanstveno-istraživačkog rada, koriste fotokopirne strojeve smještene u knjižnici (vidjeti Sliku 17).



Slika 17. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga fotokopiranja

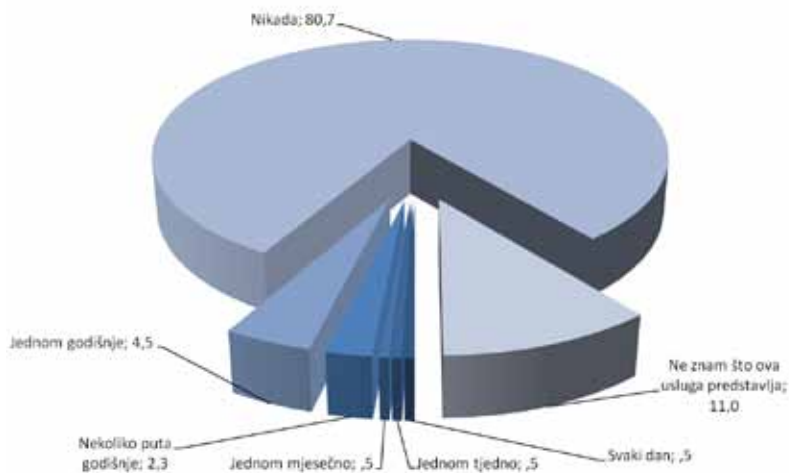
Informatička se oprema, osim radnih stanica dostupnih za izravnu uporabu korisnicima, također relativno malo koristi: primjerice, skeniranje (digitalizaciju) grade gotovo nikada ne koristi nešto više od 71 posto anketiranih, a jednom tjedno do više puta mjesečno uslugu koristi nešto manje od 7 posto anketiranih (vidjeti Sliku 18).



Slika 18. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga skeniranja (digitalizacije)

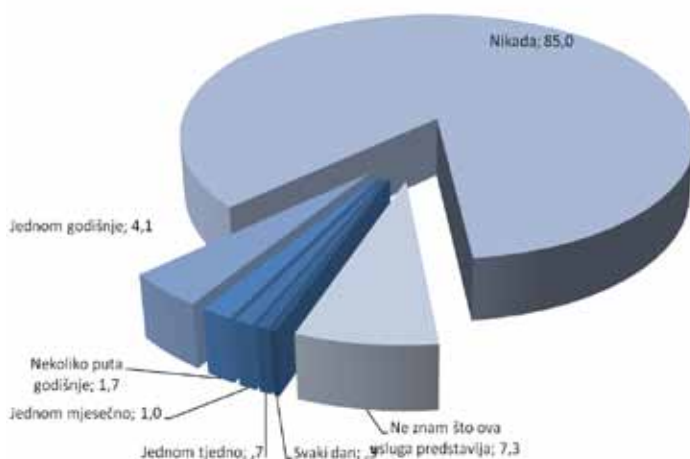
Očito je da o navedenim uslugama korisnici nisu dovoljno kvalitetno informirani, da im nisu dostupne, ili, pak, da njihova cijena ne odgovara kupovnoj moći studentske populacije, kao temeljne ciljne skupine knjižnice, a što će trebati utvrditi daljnjim istraživanjem.

Međutim, za usluge *najma sobe za studijski (timski) rad*, kao i *posudbu računalne opreme*, može se kazati da jednostavno nisu poznate korisničkoj populaciji. Naime, nešto više od 80 posto nikada nije unajmilo prostor za studijski rad, dok čak 11 posto uopće nije upoznato s navedenim dijelom ponude NSK (vidjeti Sliku 19).



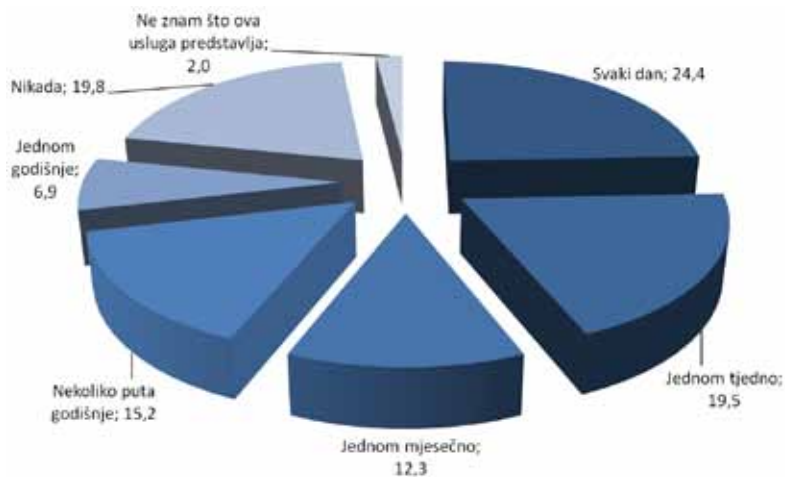
Slika 19. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga najma sobe za studijski (timski) rad

Slično se može kazati i za uslugu *posudbe računalne opreme*, koju nikada nije koristilo 85 posto anketiranih, a s njom uopće nije upoznato sljedećih 7,3 posto korisnika (vidjeti Sliku 20), zbog čega treba preporučiti potpunije i jasnije informiranje korisnika o “složenijim” knjižničnim uslugama, kako u izravnom kontaktu sa zaposlenicima, tako i pomoću odgovarajućih komunikacijskih sredstava (leci, brošure, plakati, mrežna stranica...).



Slika 20. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga posudbe računalne opreme

U nastavku se prezentiraju rezultati kvantitativnog istraživanja korištenja “jednostavnijih” (bolje rečeno – “očitijih”) knjižničkih usluga, koji se poklapaju s analizom asocijacija na NSK-ov “brand”, kao i prethodnog kvalitativnog istraživanja, u sklopu kojeg je definiran temeljni motivacijski okvir korištenja knjižnice. Pritom je vidljivo da gotovo četvrtina korisnika na dnevnoj osnovici koristi čitaonicu NSK (Slika 21). Cijeni se da navedena skupina predstavlja “ključni” korisnički dio knjižnice, koji će, vjerojatno, biti prisutan u njezinim prostorima i više sati dnevno (a što je predmet daljnjeg istraživanja). U tom slučaju slobodno se može kazati da korištenje knjižnice predstavlja **značajan dio profesionalnog i društvenog života značajnog broja korisnika**, zbog čega se njihov “odlazak” nakon završenog studija čini velikim poslovnim problemom.

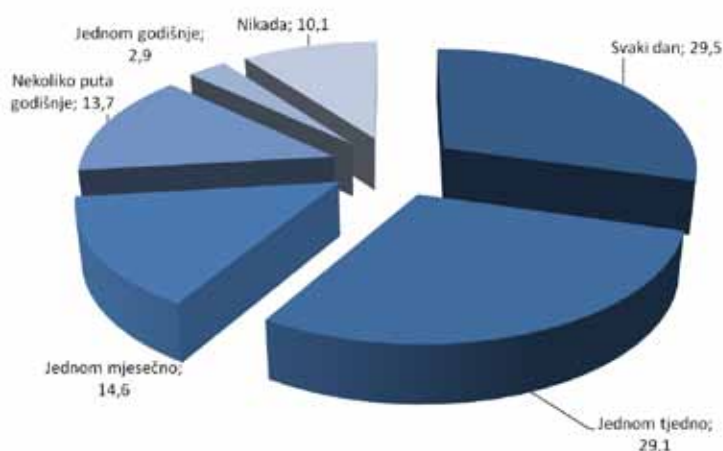


Slika 21. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga korištenja čitaonice

Naime, upravo nakon početka profesionalnog života takvih (na žalost, za sada, bivših) korisnika, otvaraju se nove mogućnosti suradnje, u kojima se NSK može i treba pozicionirati kao partner u cjeloživotnom učenju i profesionalnom napredovanju, ali i **pokušati stvoriti te poslovno vrednovati emocionalnu povezanost** sa svojim “starim korisnicima”. Pritom se treba ugledati na praksu najboljih svjetskih akademskih ustanova, koje navedeno povezivanje ostvaruju kroz *udruge alumna, sudjelovanje (najuspješnijih) bivših studenata u radu upravnih i savjetodavnih tijela ustanove, suradnju kroz posebna događanja koja se organiziraju u prostorima ustanove* (npr., sajmovi poslova za studente završnih godina, u kojima tvrtke – moguće poslodavce predstavljaju alumni; posebna događanja za organizaciju samih alumna i njihove suradnike itd.). Posebno je važno naglasiti da ovakvi oblici povezivanja mogu stvoriti određeni oblik zajednice (kao socijalne strukture), zasnovane na strukovnom interesu. Prikupljanje financijskih sredstava (fundraising), dobivanje pro bono poslovnih, upravljačkih i drugih stručnih savjeta te niz drugih pogodnih učinaka postaje ustanovi na taj način jednostavno dostupno, što trenutno nije slučaj. Osim toga, otvaraju se i velike mogućnosti zagovaranja za poticanje projekata, unapređenje imidža organizacije itd.

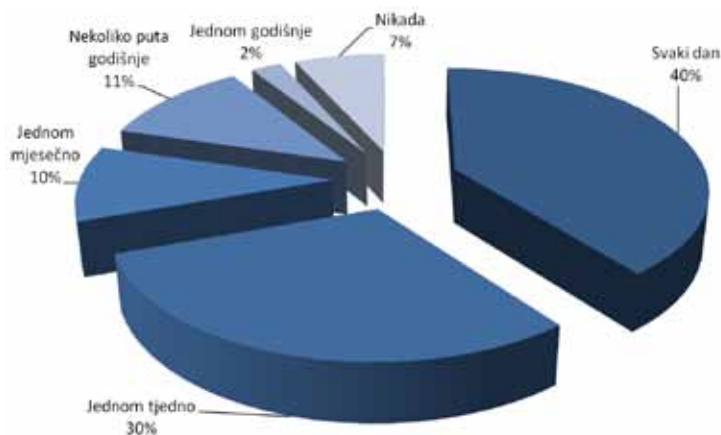
Usporedba stope korištenja čitaonice sa stopom korištenja računala (“fiksni” radni stanica), smještenih u prostoru knjižnice, naznačuje da postoji određena skupina korisnika koji ne koriste čitaonice, ali su, ipak, prisutni u prostorima NSK. Naime, 29,5 posto svaki dan koristi knjižnična računala

(Slika 22), a čak 40 posto besplatni pristup internetu pomoću akademskog pružatelja usluge Carnet (Slika 23). Nadalje, gotovo 30 posto anketiranih je barem jednom tjedno prisutno u prostoru knjižnice, kako bi koristio računalo, odnosno internetski pristup.



Slika 22. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga korištenja računala (radne stanice)

Navedeni su rezultati razumljivi, jer mnogo učenika i studenata nema na raspolaganju vlastito računalo, kako za rad, tako i za zabavu (korištenje društvenih stranica, pregledavanje mrežnih stranica itd.). Osim toga, korištenje interneta u knjižnici može donijeti i određene uštede, pa je očito da postoji **skupina korisnika kojima knjižnica služi kao mjesto besplatnog pristupa informacijskim sadržajima**, iako ih trenutno ne zanima kao (fizičko) mjesto učenja. Može se kazati da se radi o drugoj ključnoj korisničkoj skupini koja će, vrlo vjerojatno, provesti manje vremena u knjižnici, ali je i dalje dostupna poslovnom djelovanju, koje se može usmjeriti na pokušaj informiranja o ostalim uslugama NSK. Ujedno bi bilo pogodno djelovati na navedene korisnike da “otkriju” i vrijednosti knjižnog i drugog fonda NSK, a koje trenutno ne prepoznaju. U tu se svrhu može provesti odgovarajuća kampanja, praćena posebnom manifestacijom, koja će kao “lajtmotiv” imati temu *otkrivanja skrivenog blaga*, koje se odnosi na kulturne i druge vrijednosti povezane s knjigama, starim rukopisima i sličnom građom.



Slika 23. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga korištenja internetskog pristupa

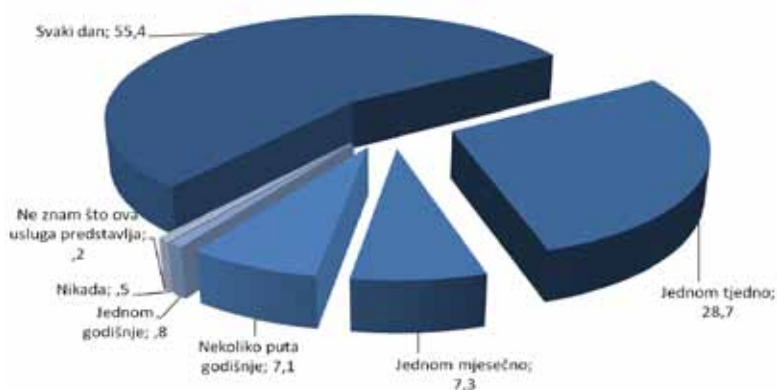
Kao što je to slučaj i u profitnom području, i u slučaju neprofitne ustanove, kao što je NSK, lako se prepoznaje **više ciljnih skupina – skupina korisnika, odnosno “kupaca”**, koji imaju različite navike korištenja, odnosno različite ciljeve i motive. Temeljni poslovni pristup zahtijeva da se, za svaku od navedenih skupina, **razvije poseban pristup, kojim će se korisnici motivirati na postizanje triju generičkih poslovnih ciljeva**, i to: (a) povećanje potrošnje već im poznatih (i korištenih) knjižničkih usluga, (b) otkrivanje i korištenje novih knjižničkih usluga te (c) ostvarivanje dugoročnog povezivanja korisnika i organizacije.

Posebno je važan treći cilj, koji se u suvremenom poslovanju provodi kroz tzv. **poslovne odnose**,³³ u kojima se teži ostvarivanju cjeloživotnog odnosa između poduzeća/organizacije i korisnika/kupca. Mogućnost za ostvarivanje ovog cilja pokazuje **intenzitet korištenja temeljnih usluga**, kao i moguće relativno značenje koje korisnici pridaju knjižničnom okruženju u sklopu svog *životnog svijeta (lifeworld)*, odnosno mikro-sociološkog okruženja, prema postavkama A. Schutz.³⁴ Zanimljivo je da, prema rezultatima pri-

³³ Shapiro, B. P. Marketing for nonprofit organizations. // Harvard Business Review vol. 51, 5(1973), 123-127.

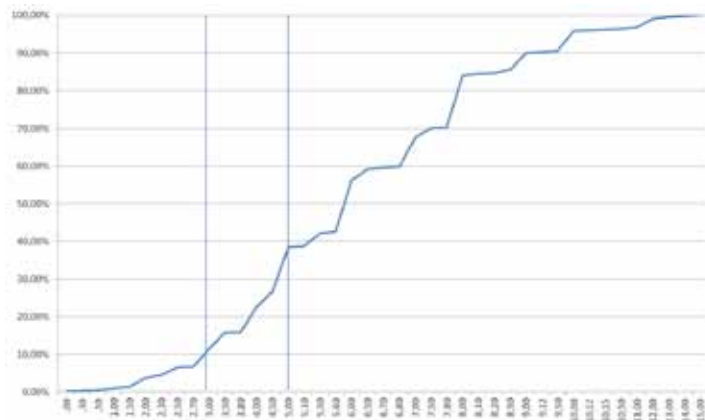
³⁴ Schutz, Alfred. The Phenomenology of the Social World. Evanston : Northwestern University Press, 1972.

kazanim na Slici 24, više od 55 posto anketiranih boravi u NSK svakodnevno, a više od jedne četvrtine jednom tjedno, što govori o *visokom intenzitetu korištenja*, a samim time, i visokoj mogućoj ulozi knjižnice u mikro-sociološkom okruženju korisnika.



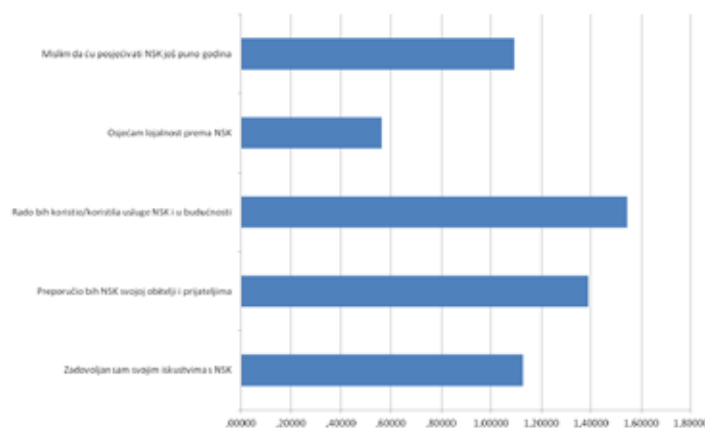
Slika 24. Temeljna obilježja korištenja knjižnice i ponašanja korisnika: učestalost boravka u knjižnici

Prethodni zaključak potvrđuju i rezultati istraživanja povezani s *duljinom boravka u knjižnici*, koji, u prosjeku, po jednom dolasku, iznosi 6 h i 15 min. Uzevši u obzir da približno 57 posto korisnika boravi u knjižnici čak između 5 i 8 h, a ukupno oko 73 posto više od 5 h, to je za uspješnost djelovanja NSK ključno **osigurati ugodnost knjižničnog okruženja i niz dodatnih usluga** (prehrana, piće, odmor, korištenje čistih i ugodnih toaletnih prostora itd.). Navedeno potvrđuje i rezultat koji govori da tek nešto više od 6 posto korisnika, po jednom dolasku, u NSK provodi manje od 3 h. Rezultati ovog dijela istraživanja su kumulativnim grafičkim prikazom iskazani Slikom 25.



Slika 25. Temeljna obilježja korištenja knjižnice i ponašanja korisnika: duljina boravka u knjižnici

Moguće koristi za knjižnicu već su opisane, a posebno koristan pristup u tom smislu može predstavljati (racionalni) apel na pozicioniranje NSK kao *partnera u učenju*, ili, pak, (emocionalno) pozicioniranje knjižnice kao *ustanove koja je obilježila vašu mladost/studentske dane*. Oba apela su iznimno snažna i mogu (u budućnosti) potaknuti iznimno velike poslovne učinke u ciljnoj skupini (današnjih) intenzivnih korisnika. Mogućnosti za ostvarenje dugoročnih poslovnih učinaka, koji proizlaze iz **odanosti korisnika**, potvrđuju rezultati istraživanja prikazani na Slici 26.



Slika 26. Mogućnosti za ostvarenje odanosti prema NSK

Da bi se ostvarila **odanost**, potrebno je postojanje namjere (ali i samog čina!) “ponavljanja kupovine” (odnosno ponovnog korištenja usluge), kao i pozitivni emocionalni afekt, koji se iskazuje kroz pozitivni odnos prema ustanovi te preporuku ustanove i njezinih usluga prijateljima, članovima obitelji itd. Kako je vidljivo iz prethodnih rezultata, **takve mogućnosti uvelike postoje među postojećim korisnicima**. Zbog toga se postavlja pitanje – zašto korisnici odlaze?

Teorija daje jednostavan odgovor kroz model kvalitete usluga, koji vodi do zadovoljstva, a zatim i do odanosti korisnika. Naime, za doživljaj *kvalitete usluge* ključnom se smatra razlika između *očekivane i percipirane (doživljene) razine pružene usluge*, a koja, u nastavku procesa, vodi i do zadovoljstva te odanosti korisnika/kupca.

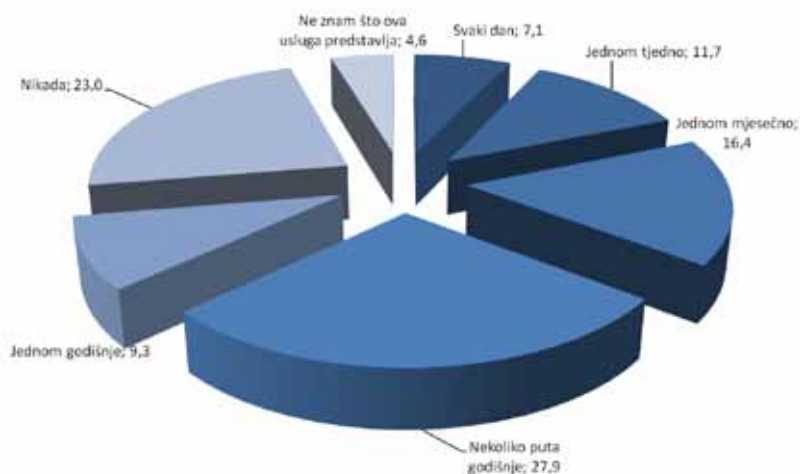
Drugim riječima, ukoliko je procjena kvalitete usluge relativno jednostavna (kao što je slučaj s knjižnicom), pozitivna ili negativna razlika između početnih očekivanja i percepcije doživljenog u knjižnici dovodi do tzv. (*dis*) *konfirmacijskog jaza*. Ukoliko su početna očekivanja veća od doživljenog, odnosno ukoliko je percepcija doživljene usluge manja od početnih očekivanja, to se javlja *pozitivni jaz, odnosno pozitivna diskonfirmacija* (i obrnuto). Njezina je posljedica *zadovoljstvo korisnika*, dok *trajno zadovoljni korisnik ponovno koristi knjižnicu i njene usluge*, tj. postaje *odan knjižnici*. U suprotnom slučaju, javlja se *negativni diskonfirmacijski jaz*, koji vodi prema *nezadovoljstvu i nehajnosti*.³⁵

Stoga NSK mora raditi na unapređenju svog djelovanja “na dva kolosjeka”: (a) potrebno je **unaprijediti zadovoljstvo korisnika postojećim uslugama**, ali i povećati razinu njihovog korištenja, kako bi se potpunije zadovoljile korisničke potrebe te (b) treba, u suradnji s korisnicima, **stvarati nove usluge, koje će biti od interesa “starim” korisnicima, u onoj fazi životnog ciklusa korisnika koji je već završio svoje fakultetsko obrazovanje** i više nema interesa za korištenje “temeljnih usluga” (čitaonice, računala, internetskog pristupa).

Da bi se uspješno planirale, provele i vrednovale poslovne aktivnosti u prvom dijelu, u nastavku će se istraživanja prezentirati sumarni rezultati istraživanja korisnika – kako kvantitativnim, tako i kvalitativnim metodama. Ovakva kombinirana metodologija jamči dobivanje realističnih rezultata, koji mogu poslužiti kao izravna osnovica za **pokretanje kratkoročnih korektivnih aktivnosti, ali i dugoročnog programa praćenja i osiguranja**

³⁵ Anderson, E. W.; M. W. Sullivan. The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. // Marketing Science vol. 12, no. 2(1993), 125-143.

zadovoljstva korisnika. U drugom dijelu, koji se odnosi na **kreiranje novih proizvoda i usluga**, bit će potrebna dodatna istraživanja i promišljanja, iako se već sada može ustvrditi da je ono, prvenstveno, povezano s korištenjem digitalnih sadržaja, individualiziranih informacijskih usluga za potrebe pojedinaca i organizacija, odnosno različitim oblicima savjetovanja za snalaženje u “džungli” poslovnih, stručnih i znanstvenih informacija, dostupnih u digitalnom obliku. Takvo se mišljenje temelji na postojećim rezultatima korištenja digitalnih baza podataka u NSK, koje nije previše intenzivno, s obzirom da se svakodnevno ovom uslugom koristi nešto više od 7 posto anketiranih. No, kao što je vidljivo iz Slike 27, čak 23 posto korisnika nikada ne koristi navedenu informacijsku uslugu, dok gotovo 5 posto uopće nije upoznato s postojećom uslugom, što govori o mogućnostima za budući razvoj.

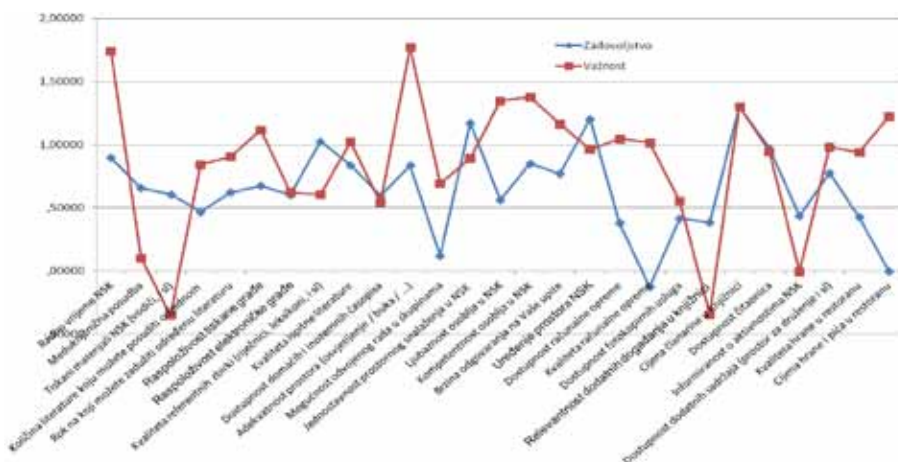


Slika 27. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: usluga korištenja digitalnih baza podataka

U nastavku je dana kvantitativna procjena *zadovoljstva i važnosti korištenja pojedinih knjižničkih usluga*, pri čemu je vidljivo da su korisnici posebno zadovoljni cijenom članarine i dostupnošću knjižnične građe, dok je nezadovoljstvo prisutno u određivanju radnog vremena (što bi se moglo povezati sa skraćanjem noćnog radnog vremena knjižnice), mogućnosti timskog (skupnog) rada, kvalitete i dostupnosti opreme – posebno računalne, kao i kvalitete, odnosno cijene hrane i pića u restoranu (vidjeti Sliku 27).

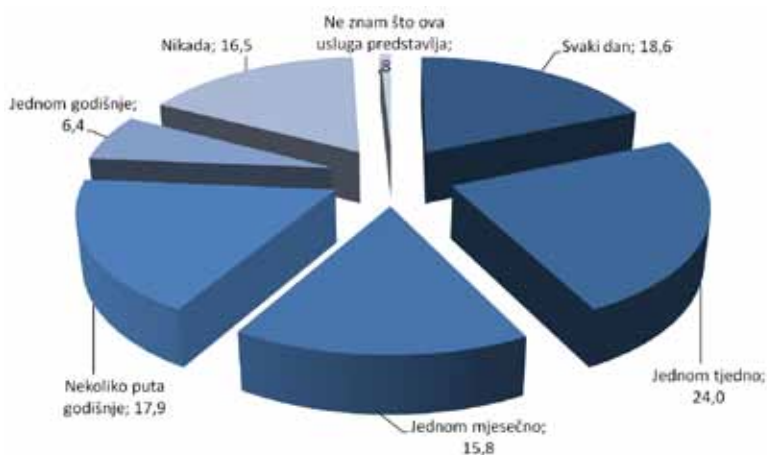
S obzirom da je mogući uzrok nezadovoljstva radnim vremenom moguće naći u skraćenju noćnog radnog vremena knjižnice (s obzirom da je “noćno učenje”) jedna od snažnih asocijacija na “brand” NSK, ova je pretpostavka testirana u sklopu kvalitativnog istraživanja, čiji su rezultati prezentirani u nastavku izvješća. Nadalje, već je iskazan rezultat o nedovoljnoj informiranosti korisnika o “složenijim” knjižničnim uslugama, u koje spada i mogućnost najma dvorane za studentski rad, iz čega proizlazi da bi ovo područje nezadovoljstva korisnika bilo jednostavno rješivo.

Dok je obnavljanje opreme, a posebno računalne, ipak povezano sa značajnim financijskim ulaganjem, problematika osiguravanja odgovarajuće prehrane i pića nije povezana s velikim troškovima, jer ju je moguće riješiti *outsourcingom* (odnosno iznajmljivanjem vanjskom dobavljaču, odnosno suradnjom s nadležnim ustanovama, kao što je Studentski centar). Pritom se NSK mora postaviti kao i svaka druga tvrtka koja daje neke aktivnosti drugima na obavljanje (u *outsourcing*), tj. treba nadzirati zadovoljstvo korisnika dijelom aktivnosti koje obavlja vanjski dobavljač, jer će se **nezadovoljstvo radom vanjskog dobavljača automatski odraziti i na zadovoljstvo samom knjižnicom**.



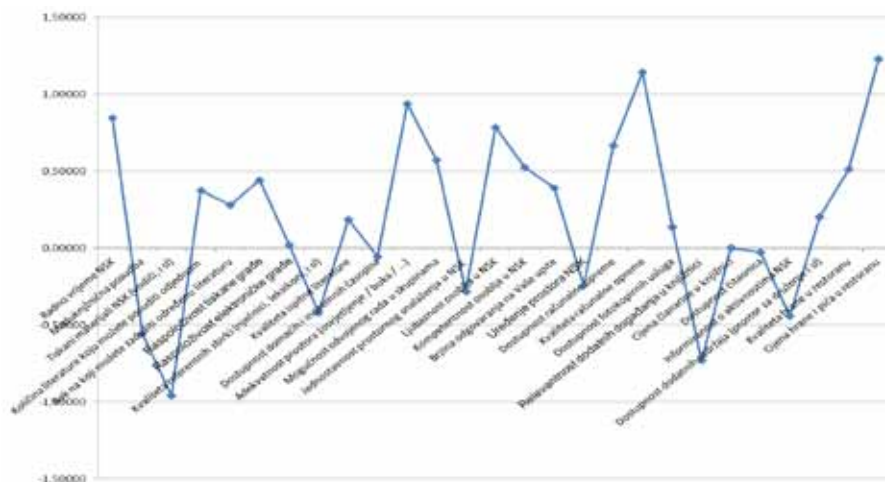
Slika 28. Zadovoljstvo i percipirano značenje (važnost) knjižničnih usluga i obilježja rada knjižnice

Da je u navedenom dijelu djelatnosti potrebno napraviti značajna unapređenja, govori usporedba udjela korisnika koji svakodnevno koriste čitaonicu kao mjesto za učenje (25 posto), odnosno svakodnevno koriste knjižnična računala (30 posto) i internetski pristup (40 posto), s udjelom korisnika koji svakodnevno koriste restoran (18,6 posto). Ujedno je značajan udjel korisnika koji nikada, jednom godišnje, ili samo nekoliko puta godišnje koriste restoran (41 posto), a što proizlazi iz Slike 28. Iz navedenih će se razlika zadovoljstvo navedenim dijelom ukupno shvaćene usluge NSK posebno ispitati u sklopu kvalitativnog istraživanja.



Slika 29. Obilježja korištenja knjižničkih usluga: korištenje usluga restorana

S obzirom da je, uz *razinu zadovoljstva*, na Slici 27, prikazana i *percepcija važnosti pojedinih knjižničkih usluga*, to je moguće kvantitativno izraziti **diskonfirmacijski jaz**, odnosno razliku između očekivanja i percepcije pružene kvalitete knjižničkih usluga, i to prema prethodno definiranim područjima. Navedeni rezultati su i grafički prikazani na Slici 29, koju treba interpretirati “obrnuto” od Slike 27, s obzirom na matematički postupak kojim su dobiveni rezultati. Iz slike je vidljivo da je **negativan diskonfirmacijski jaz** prisutan za velik broj područja djelovanja NSK, a koje je potrebno hitno unaprijediti. Među njima se ističu: *radno vrijeme, odgovarajući prostor (osvjetljenje, buka i drugi čimbenici ugodnosti rada), ljubaznost osoblja, kvaliteta računalne opreme te cijena i kvaliteta hrane u restoranu*.



Slika 30. Diskonfirmacijski jaz za istraživana područja zadovoljstva knjižničnih usluga i obilježja rada knjižnice

Na temelju gore prikazanih rezultata, istraživanje se koncentriralo na **utvrđivanje snaga i slabosti knjižnice**, i to na temelju kvalitativne istraživačke metodologije. U nastavku se prezentiraju rezultati istraživanja, koji uključuju i **konkretne preporuke za povećanje zadovoljstva korisnika**. Rezultati su okupljeni prema sljedećim sadržajnim skupinama:

Potreba za noćnim učenjem – jedna od temeljnih primjedbi i zahtjeva korisnika odnosi se na mogućnost noćnog korištenja knjižnice, s obzirom da postoje brojni iskazi o nedovoljnoj koristi od “skraćenoga” noćnog radnog vremena od 21 do 24h. “...noćni rad je bio jedinstven i NSK poznata po tome što ga je jednom prakticirala. Volio bih da se ponovno uvede noćni rad na sve tri razine”, što govori o noćnom radu kao jednom od prepoznatljivih obilježja NSK, koje je čak spomenuto i u asocijacijama na NSK kao “brand”.

Radno vrijeme – knjižnica bi, uzevši u obzir da su studenti temeljna skupina njezinih korisnika, trebala razmotriti i **mogućnost za produžavanje radnog vremena vikendom**, i to barem selektivno, u doba kada su u tijeku “veliki” ispitni rokovi. Također, predloženo je i uvođenje selektivnog radnog vremena zbirke rukopisa i rijetkih knjiga tijekom poslijepodneva, koja je određenim korisnicima potrebna, a nije im dovoljno dostupna zbog rada u prijedpodnevnim satima.

Nedovoljni broj parkirnih mjesta, odnosno mjesta za ostavljanje bicikla, pri čemu korisnici upozoravaju da postoje neiskorištena, odnosno nedovoljno iskorištena parkirna mjesta, koja bi se mogla (uz naplatu) staviti na raspolaganje korisnicima, kojima je potreban dugoročni parking.

Ulaz u prostor, uvjeti korištenja prostora i sigurnost

Određeni korisnici iskazuju svoju nesigurnost u pogledu krađe bicikla, za koju se tvrdi da je relativno “uobičajena” pojava, zbog čega treba preporučiti **uvodjenje cjelovitijeg i sustavnijeg pristupa fizičke zaštite imovine korisnika**. Naime, korisnici smatraju da se zaštitarska služba trenutno uglavnom usmjerava na provedbu pravila o ulasku u prostor NSK i **ne obraća dovoljno pažnje na zaštitu imovine i kućnog reda**, čime bi se značajno poboljšali uvjeti korištenja knjižnice i percepcija korisnika.

Korištenje garderobe – mnogim korisnicama smeta zabrana unošenja torbi/ruksaka, odnosno jakni/kaputa, jer elektronička zaštita knjižne građe omogućuje učinkovitu zaštitu knjižnog fonda. Najveći broj primjedbi korisnika odnosi se na premali kapacitet, sporost odlaganja stvari i neljubaznost djelatnika zaoposlenih na garderobi NSK. U tom smislu, treba ukazati na mogućnost *automatiziranja cijelog postupka*, koji bi se temeljio na uvođenju garderobnih ormarića (sa ili bez naplate).

Mnogo primjedbi korisnika odnosi se i na *pronalaženje, odnosno “rezervaciju” mjesta za učenje*, koji otežavaju protočnost i smanjuju zadovoljstvo korisnika. Dakle, internim pravilnikom moglo bi se regulirati maksimalno zadržavanje stvari korisnika na mjestu za učenje, nakon čega bi se one mogle spremati u odgovarajuću pohranu, a mjesto prepustiti korisnicima koji su fizički prisutni, po sustavu “first come-first served”. Alternativno, mogla bi se uvesti praksa rezervacije mjesta za učenje, uz odgovarajuću naplatu/penalizaciju “rezervacije” mjesta bez fizičke prisutnosti.

Korisnici koji se bave znanstveno-istraživačkim radom percipiraju *smještaj “svoje” čitaonice kao vrlo neprikladan*: “*Položaj i uređenje profesorske čitaonice apsolutno je neprikladan i ponižavajući (pokraj wc-a, premalo računala). NSK na taj način odbija članove koji se uslugama NSK koriste čitav život i kojima je rad u NSK dio struke*”.

Dostupnost i postupak posudbe građe

Mnogo korisnika želi **pojednostavniti i ubrzati postupak posudbe građe**, pri čemu se kao poseban problem izdvaja potreba za fizičkim dolaskom u

knjižnicu i prolaskom kroz postupak ulaska u prostor, što zahtijeva i odlazak u garderobu, kako bi se, riječima korisnika, posudila građa “*nakon ispunjavanja listića sa detaljima koje ne smatram nužnima*”. Stoga treba preporučiti uvođenje sustava za elektroničku narudžbu građe, bilo internetom, bilo informativnih (računalnih) kioska, koji bi se mogli smjesti u predvorje knjižnice.

Korisnici također žele da im se omogućí posudba i korištenje veće količine građe, kao i da se **postupak naručivanja građe značajno pojednostavi i ubrza**. Ograničenja količine građe i vrijeme potrebno za dostavu građe iz zatvorenih spremišta (primjerice, 45 minuta za časopise), prema mišljenju korisnika, značajno usporava i otežava njihov rad. U navedenom kontekstu, treba naglasiti i imperativ dodatnog ulaganja u digitalizaciju građe i njezino korištenje u digitalnom obliku. Riječima korisnika: *Digitalizacija, digitalizacija i još digitalizacije!!! Kakvi mikrofilmovi (ionako to radite presporo) – ovo je vrijeme interneta, digitalno doba... Sve je dostupno jednim klikom miša, a u NSK su novine najčešće dostupne tek kad se uđe u čitaonicu priodike!!!*

Raspoloživost hrane i pića (unošenje vode, restoran)

Najveći broj korisnika kao jednu od temeljnih zamjerki korištenju usluga NSK postavlja zabranu konzumiranja tekućine u zatvorenim bocama. Također, korisnici upućuju primjedbe na nemogućnost korištenja X-ice u restoranu, kao i na nedostatak “zdravog menija”. Ipak, najveći broj zapažanja odnosi se na nisku kvalitetu i visoku cijenu obroka.

Uređenost prostora, čistoća i primjerenost opreme

Korisnici primjećuju nedostatke i istrošenost namještaja: Ipak, smatra se da se (jeftinim) uređenjem prostora i besprijekornim održavanjem čistoće uvelike može poboljšati imidž ustanove, kao i percepcija svih strana zainteresiranih za njezin rad, a posebno korisnika.

Označivanje prostora i informiranje korisnika

Korisnici općenito osjećaju da ne poznaju dovoljno sve usluge koje NSK nudi, nego koriste samo temeljne usluge, koje uključuju posudbu građe i individualno mjesto za učenje. Osim **iskazivanja opće potrebe za učinkovitijim informiranjem i upućivanjem korisnika u pravila ponašanja te način korištenja knjižnice i opreme**, jedan izabrani odgovor korisnika dobro ilustrira temeljno usmjerenje koje bi NSK morala zauzeti u ovom području: *Ima nas puno koji koristimo osnovne mogućnosti NSK (znači mjesto za učenje). Ipak, pogledamo letke, plakate, obavijesti i sl. Možda bi nam trebalo na neki od*

tih načina (plakati, leci i sl.) približiti razne mogućnosti koje NSK nudi (npr., za skupni rad sam saznala tek iz ove ankete). Profil pojedinog korisnika se mijenja s vremenom. Ja sam u NSK učila i kao student, i sada kao liječnik na specijalizaciji, a vratit ću se ovdje i kad budem pisala doktorat. Znači, u budućnosti ću koristiti neke druge usluge NSK, o kojima sada ne znam ništa, a voljela bih.

Nadalje, samo uređenje prostora i **vizualno označivanje u NSK** nisu na dovoljno visokoj razini i trebalo bi poraditi na njihovom unapređenju.

Buka u prostoru

Mnogo primjedbi korisnika odnosi se na glasni razgovor zaposlenika u prostorima informacijskog pulta, kao i u čitaonicama – najčešće međusobno, ali i korištenjem mobilnih telefona, pri čemu se raspravlja o privatnim poslovima i temama. Osiguranje mira u čitaonicama postavlja se kao prioritet, pri čemu treba poraditi na poučavanju zaposlenika.

Nadalje, *održavanje manifestacija i posebnih događanja* u predvorju knjižnice, prema mišljenju korisnika, otežavaju ili čak onemogućuju učenje na svim katovima, zbog čega se predlaže poboljšanje zvučne izolacije ili odustanak od održavanja ovakvih posebnih događaja u dijelu zgrade koji se koristi za temeljne djelatnosti knjižnice.

Osoblje

Uz probleme i prijedloge spomenute u prethodnoj točki, kvalitativno istraživanje kao jedan od značajnih problema izdvojilo je **neljubazan, a ponekad i bahat odnos pojedinih zaposlenika prema korisnicima**. Navedeno se posebno odnosi na pojedince u čuvarskoj službi, ali i knjižničare/knjižničarke, s obzirom da je tijekom istraživanja dokumentiran veći broj pritužbi, koje se odnose na nedovoljnu ljubaznost, nepružanje informacija korisnicima i slično. Međutim, smatra se da bi trebalo definirati **temeljne standarde kvalitete usluge, koji će se odnositi na različite vidove odnosa prema korisnicima i navedenih se standarda striktno i sustavno pridržavati**. Naravno, uvođenje ovakvih standarda nije jednostavan, niti brz postupak, nego dugotrajan postupak, na kome treba sustavno raditi.

Općenito se može reći da su korisnici dali niz kvalitetnih i konstruktivnih prijedloga za unapređenje rada knjižnice. Oni su usmjereni na unapređenje doživljaja i opće percepcije ustanove, koja je, trenutno, vrlo pozitivna. Čak se može naići na svjedočenja, poput mišljenja da je NSK...*jedna od rijetkih ustanova u Hrvatskoj koja funkcionira kako treba (možda čak*

jedina takva ustanova), pri čemu ne treba zaboraviti niti (mogući) emocionalni naboj prisutan u uspostavljanju odnosa s korisnicima u njihovoj studentskoj dobi. Navedeno se može potvrditi i sljedećom izjavom: Svojevremeno mi je NSK bio drugi dom i za njega me vežu stvarno lijepa iskustva, a na kraju tu su se razvila velika prijateljstva. Moram pohvaliti sve djelatnike (garderobijere, osiguranje, knjižničare, čistačice...) na pruženim uslugama jer su prema meni uvijek bili uslužni i ljubazni. Zbog toga im se uvijek rado vraćam. A također kada se i povremeno pojavim, oni se nisu nimalo promijenili, tako da im skidam kapu jer nije lako raditi svaki dan sa tolikim cirkulacijama ljudi različitih karaktera koji im dolaze kao korisnici.

Zaključak

Temeljna ciljna skupina NSK su studenti, s prebivalištem u gradu Zagrebu, čiji su temeljni motivi korištenja knjižnice mogućnosti za druženje, troškovna prihvatljivost posudbe (umjesto kupovine) knjižnog fonda i korištenje prostora za učenje – posebno u noćnim terminima, kada za to nemaju odgovarajuću alternativu. Pritom treba ukazati i na rezultate istraživanja koji pokazuju da se knjiga sve manje percipira kao “trajna vrijednost”, a sve više doživljava s utilitarnog stajališta. NSK ima veliku bazu korisnika – tekućih korisnika, no, **ima i velikih problema s odanošću korisnika**, koji, nakon završetka studija, tek u rijetkim slučajevima ostaju aktivnim članovima knjižnice. Nadalje, pokazuje se da većina korisnika **uglavnom koristi temeljne (“očite”) knjižnične usluge – posudbu građe, korištenje individualnog mjesta za učenje i internetskog pristupa**. O nekim uslugama (korištenje sobe za skupni rad, najam računalne opreme) korisnici gotovo da i nisu informirani, a određeni broj korisnika smatra da je dio usluga (npr., međuknjižnična posudba, fotokopiranje) preskup. Rezultati istraživanja govore da postoje i određena područja djelovanja NSK, kojima je, iz perspektive korisnika, nužno potrebno unapređenje, i to: **radno vrijeme, prikladnost prostora (osvjetljenje, buka i drugi čimbenici ugodnosti rada), ljubaznost osoblja, kvaliteta računalne opreme te cijena i kvaliteta hrane u restoranu**.

S gledišta korisnika, preporučljivo je: izraditi koncept novih usluga i proizvoda, povezanih s digitalizacijom građe i naprednim informacijskim uslugama, kojima bi se privukli “stariji” korisnici, odnosno – što je još važnije – prestali gubiti redoviti korisnici nakon što završe fakultet, pronaći druge

oblike poslovnog vrednovanja odnosa s postojećim korisnicima, kako bi se osigurala njihova odanost (ponovno učlanjenje) – ugledajući se na praksu akademskih ustanova, koje navedeno postižu kroz udruge alumna i slične oblike suradnje sa “starim” studentima, i poraditi na repozicioniranju knjižnice među “starim korisnicima” na temelju emocionalnog apela na njihove “mlade/studente dane”, ali i naglašavanja značajnih novih proizvoda i usluga, dodatno informirati postojeće korisnike o “složenijim” proizvodima i uslugama NSK (tj. stvoriti svijest da je u knjižnici moguće dobiti “nešto više” od besplatnog pristupa internetu, posudbe građe i korištenja individualnog mjesta za učenje), razmisliti o provedbi kampanje kojom će se prevrednovati posebno vrijedni dijelovi građe NSK (primjerice, od značenja za nacionalnu kulturu), ali i pozicionirati knjižnica kao ustanova među značajnim u javnosti.

LITERATURA

Abbott, C. Performance measurement in library and information science. London : Aslib, 1994.

Aleksić, Ljiljana. Strateški marketing u funkciji unapređenja knjižnične djelatnosti Hrvatske : magistarski rad. Zagreb : Ekonomski fakultet u Zagrebu, 2001.

Anderson, E. W.; M. W. Sullivan. The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. // Marketing Science, vol. 12, no. 2 (1993), 125-143.

Bryman, A., D. Cramer. Quantitative Data Analysis with SPSS for Windows : A guide for social scientists. London : Routledge, 1997.

Carcedo, Elena Roseras. Management and marketing in the library and documentation centre of Atrium Basque museum of contemporary art. // Management, marketing and promotion of library services based on statistics, analyses and evaluation / edited by Trine Kolderup Flaten. Munchen : K. G. Saur, 2006. Str. 221.

Dukić, Gordana; Sanda Hasenay; Svjetlana Mokriš Marendić. Analiza zadovoljstva korisnika/studenata u knjižnicama Prehrambeno-tehnološkog i Pravnog fakulteta te u Gradskoj i sveučilišnoj knjižnici Osijek. // Vjesnik bibliotekara Hrvatske 52, 1/4(2009), 172-187.

Information and documentation – Library performance indicators (ISO 11620). 2nd ed. Geneva : ISO, 2008.

Lozano, Ana Reyes Pacios. A customer orientation checklist : a model. // *Library Review* 49, 4(2000), 173.

Marušić, Mira; Tihomir Vranešević. Istraživanje tržišta. Zagreb : Adeco, 2001.

Mathews, Brian Scott. Marketing today's academic library : a bold new approach to communicating with students. Chicago : American Library Association, 2009.

McKnight, Sue. Customers value research. // *Management, marketing and promotion of library services based on statistics, analyses and evaluation*. München, 2006, 206-216.

Mi, Jia; Frederick Nesta. Marketing library services to the net generation. // *Library management* 27, 67(2006), 416.

Mihalić, Marina. Pokazatelji uspješnosti za nacionalne knjižnice. // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 43, 4(2000[i.e. 2001]), 91-100.

Mihanović, Zvonimir; Nikša Alfirević; Jurica Pavičić. Marketing i menadžment u knjižnicama : primjer dobre prakse posebnih događanja u Gradskoj knjižnici Zadar. // *Svezak – Časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja*, br. 13, 2011, 10-13).

Pavičić, Jurica; Nikša Alfirević; Ljiljana Aleksić. Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti. Zagreb : Masmedia, 2006.

Petr, Kornelija. Kvalitativni pokazatelji uspješnosti akademskih knjižnica : doktorska disertacija. Zagreb : Filozofski fakultet, 2004.

Shapiro, B. P. Marketing for nonprofit organizations. // *Harvard Business Review*, vol. 51, 5(1973), 123-127.

Schutz, Alfred. *The Phenomenology of the Social World*. Evanston : Northwestern University Press, 1972.

Tuškan Mihočić, Gorana. Mjerenje uspješnosti poslovanja u narodnoj knjižnici. // *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 54, 4(2011), 221.

Vranešević, Tihomir. Upravljanje zadovoljstvom klijenata. Zagreb : Golden marketing, 2000.

Vrednovanje knjižničnih službi i usluga : akademske i narodne knjižnice. Dostupno na: http://zprojekti.mzos.hr/public/c2prikaz_det.asp?cid=1&psid=25&offset=20&ID=1595

Westbrook, R.; L. R. Oliver. The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction. // *Journal of Consumer Research*, 1 (1991), 84-91.

Mihanović, Alfirević, Pavičić. Marketing i menadžment u knjižnicama : primjer dobre prakse posebnih događanja u Gradskoj knjižnici Zadar. // *Svezak – Časopis Društva knjižničara Bilogore, Podravine i Kalničkog prigorja*, br. 13, 2011, 10-13.

Zelenika, Ratko. Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Rijeka : Ekonomski fakultet ; Ljubljana : Ekonomska fakulteta Univerze, 2000