

# Istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Marka Marulića Split

---

**Perić, Marija Gabrijele**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:920398>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-06-30**



Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
University of Zagreb  
Faculty of Humanities  
and Social Sciences

*Repository / Repozitorij:*

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb  
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FILOZOFSKI FAKULTET  
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI  
SMJER BIBLIOTEKARSTVO  
Ak. god. 2023. / 2024.

Marija Gabrijela Perić

**Istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice  
Marka Marulića Split**

Diplomski rad

Mentor: dr.sc. Tomislav Ivanjko, izv. prof.

Zagreb, ožujak 2024.

## **Izjava o akademskoj čestitosti**

Izjavljujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

# Sadržaj

1. Uvod.....	3
2. Narodne knjižnice .....	4
2.1 Poslanje i uloga narodnih knjižnica .....	5
2.2 Korisnici narodnih knjižnica .....	8
2.3 Programi i usluge narodnih knjižnica.....	10
2.3.1 Programi i usluge za djecu .....	11
2.3.2 Programi i usluge za mlade .....	11
2.3.3 Programi i usluge za odrasle .....	13
3. Važnost promocije knjižničnih usluga .....	15
3.1 Provedba marketinga u knjižnicama .....	16
4. Vrednovanje uspješnosti poslovanja narodnih knjižnica.....	19
4.1 Metode mjerenja uspješnosti poslovanja.....	21
4.2 Važnost provedbe istraživanja zadovoljstva korisnika u knjižnicama .....	23
5. Istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Marka Marulića Split .....	26
5.1 O Gradskoj knjižnici Marka Marulića Split.....	26
5.2 Ciljevi istraživanja i hipoteze.....	26
5.3 Instrument i metodologija .....	27
5.4 Rezultati .....	28
5.4.1 Spol .....	28
5.4.2 Dob.....	28
5.4.3. Najviši završeni stupanj obrazovanja .....	29
5.4.4. Radni status .....	30
5.4.5 Dugogodišnjost članstva .....	30
5.4.6 Učestalost posjećivanja .....	31
5.4.7 Razlozi dolaska u Knjižnicu .....	31
5.4.8 Načini saznavanja o aktivnostima Knjižnice .....	32
5.4.9 Učestalost korištenja pojedinih usluga.....	33
5.4.10 Zadovoljstvo određenom uslugom / aktivnošću .....	35
5.4.11. Lakoća pronalaska sadržaja na mrežnoj stranici .....	38
5.4.12 Korištenje kataloga GKMM .....	41
5.4.13 Razlozi ne korištenja Kataloga .....	41

5.4.14 Što je potrebno promijeniti u postojećem načinu rada Knjižnice? .....	42
5.4.15 Općenito zadovoljstvo uslugama GKMM.....	44
5.4.16 Komentari i prijedlozi za daljni rad GKMM .....	44
5.5 Rasprava .....	45
6. Zaključak.....	49
7. Literatura .....	51
Prilog.....	55
Sažetak.....	64
Summary .....	65

# 1. Uvod

Tradicionalno viđene kao mjesta koja čuvaju pisanu baštinu, knjižnice su se tijekom vremena razvile u središta koja nude širok spektar usluga i resursa prilagođenih suvremenim potrebama i zahtjevima korisnika. Današnje društvo karakterizira neprestani tehnološki napredak koji transformira načine na koji komuniciramo i pristupamo informacijama, stoga knjižnice, kako bi ostale relevantna čvorišta intelektualnog, kulturnog i obrazovnog života, moraju biti spremne na prilagodbu kako bi zadovoljile promjenjive potrebe svojih korisnika.

Suvremeno doba također karakterizira obilje informacija koje preplavljuje digitalne i tradicionalne kanale komunikacije, pa se knjižnice suočavaju s izazovom da informacije o njihovim uslugama i resursima dopru do šire javnosti. Digitalno doba promijenilo je (i stalno mijenja) navike korisnika, pa se danas knjižnice suočavaju s još jednim izazovom – kako privući nove korisnike i zadržati stare. Stoga, praćenje i evaluacija rada knjižnica postaje nužna kako bi se osigurala kvaliteta usluga i zadovoljstvo korisnika. Ovaj diplomski rad fokusira se na istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Marka Marulića u Splitu, s ciljem analize njihovih potreba, očekivanja te razine zadovoljstva pruženim uslugama.

Rad se sastoji od dva dijela - teorijskog i istraživačkog. Teorijski dio daje pregled uloga i zadaća narodnih knjižnica općenito, kao i različitih usluga i programa koje one nude širokom spektru korisnika. Posebna pažnja posvećena je važnosti vrednovanja uspješnosti poslovanja, s fokusom na metode mjerenja te relevantne pokazatelje uspješnosti. Rad se također dotiče i važnosti knjižničkog marketinga i promocije knjižničnih usluga.

U istraživačkom dijelu, opisano je istraživanje provedeno putem online upitnika kojim se htjelo ispitati razloge korištenja Gradske knjižnice Marka Marulića Split (GKMM), učestalost korištenja različitih knjižničnih usluga, načine na koje korisnici saznaju informacije o kulturnim događanjima, vrednovanje zadovoljstva pojedinim uslugama knjižnice te ukupno zadovoljstvo uslugama GKMM-a. Kroz temeljito istraživanje navedenih aspekata, ovaj rad ima za cilj pružiti pogled na stupanj zadovoljstva korisnika GKMM-a na temelju kojeg knjižnica može raditi na poboljšanju usluga i osigurati optimalno korisničko iskustvo.

## 2. Narodne knjižnice

Polazeći od IFLA-inog i UNESCO-ovog Manifesta za narodne knjižnice (2022), narodnu knjižnicu definiramo kao lokalno informacijsko središte koje svojim korisnicima osigurava pristup različitim vrstama znanja i ideja, potičući formalno i neformalno obrazovanje te cjeloživotno učenje za sve dobne skupine. Kroz poticanje osobnog kreativnog razvoja, mašte, kreativnosti i empatije, narodne knjižnice izgrađuju čitalačke navike od djetinjstva do odrasle dobi. One potiču otvoren pristup znanstvenom znanju, istraživanju i inovacijama, kroz tradicionalne i digitalne medije. Važan su javni prostor i mjesto okupljanja, pa se ponekad nazivaju i „dnevnom sobom zajednice“ (IFLA i UNESCO, 2003, str. 6). Također, aktivno sudjeluju u programima opismenjavanja, razvoju vještina čitanja, pisanja, medijske i informacijske pismenosti te digitalne pismenosti, s ciljem stvaranja informiranog, demokratskog društva. Narodne knjižnice čuvaju i omogućavaju pristup lokalnim podacima, znanju i baštini te promiču svijest o kulturnom naslijeđu i kulturnoj raznolikosti.

Narodne knjižnice su po svojoj definiciji javne ustanove, što znači da su otvorene za širu javnost te usmjerene prema zadovoljavanju kulturnih i obrazovnih potreba lokalne zajednice. Od svih tipova knjižnice, upravo su narodne knjižnice posebne po tome jer su otvorene prema svim slojevima društva, bez obzira na spolne, dobne, obrazovne i druge razlike (Vrana i Kovačević, 2013, str. 25). Vrijednost narodnih knjižnica u lokalnoj zajednici određuje se na osnovi različitih pokazatelja uspješnosti, u koje spadaju dostupnost građe i raznovrsnost usluga s ciljem zadovoljenja potreba korisnika, organizacija službi i usluga za korisnike, edukacija korisnika, izgradnja zbirki, prostorno planiranje, educirano osoblje i kvalitetno upravljanje (Bišćan, 2017, str.177).

Još od davnina, narodne knjižnice bile su institucije koje su služile svojim građanima kao izvor informacija i znanja. Povijest narodnih knjižnica proteže se stoljećima, a njihova tradicionalna uloga postupno se mijenjala uslijed dinamičnih promjena u tehnološkom i informacijskom okruženju. Digitalna revolucija, kao društveni fenomen, promijenila je način na koji društvo pristupa, koristi i dijeli informacije. Narodne knjižnice, kao ključni akteri u tom procesu, morale su prilagoditi svoje poslovanje kako bi odgovorile na nove izazove. Razvoj informacijskih tehnologija i interneta postavio je nove zahtjeve pred knjižnice te ih potakao da preispitaju svoje poslanje i prilagode ga suvremenom društvu. Narodne knjižnice pokazale su se kao vrlo prilagodljive institucije koje nisu samo preživjele digitalnu revoluciju, već i pomažu oblikovati njezin tijek. (Leorke, Wyatt, i McGuire (2018))

U predigitalno doba, knjižničari su većinu pažnje i truda posvećivali upravljanju zbirkama. Briga o zbirkama bila je tako bitna da se često zamjenjivala za srž i glavnu misiju knjižničarske struke. Digitalno doba stavilo je dodatan izazov pred knjižnice – hoće li uspjeti opstati kao društveno korisna čvorišta i visoko

kvalitetne informacijske ustanove. Budući da većina potrebnih informacija danas može biti pronađena na internetu, bez potrebe za korištenjem knjižničnih resursa, sve manje ljudi se odlučuje posjetiti knjižnicu kako bi došli do željenih informacija. Digitalno doba omogućilo je knjižnicama da se usredotoče na svoju temeljnu misiju, a to je promjena naglaska s upravljanja zbirkama na stvaranje društvenih veza (Audunson i Aabø, 2013). Knjižnice sve više postaju mjesta gdje se lokalna zajednica okuplja i ostvaruje međusobnu interakciju, stoga se danas se sve više govori o knjižnici kao trećem prostoru, tj. prostoru kojeg građani koriste kao prostor između posla i doma.

Prelazak s paradigme „spremišta knjiga“ na paradigmu „središta zajednice“ stavio je pred knjižnice nove izazove, s obzirom da joj Internet i druge kulturne ustanove koje nude slične sadržaje predstavljaju konkurenciju. Stoga, redovito praćenje potreba i mišljenja korisnika te vrednovanje uspješnosti prema objektivnim mjerilima jedan je od temeljnih preduvjeta za uspješno poslovanje knjižnica. (Badurina, Dragija-Ivanović i Krtalić, 2010, str. 47) Odgovor na ovakve izazove zahtijeva inovativnost, prilagodljivost i suradnju s lokalnom zajednicom kako bi se narodne knjižnice održale relevantnima i ispunile ulogu središta zajednice u suvremenom društvu.

## **2.1 Poslanje i uloga narodnih knjižnica**

IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice iz 1994. godine te IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice, temeljni su dokumenti koji opisuju poslanje narodnih knjižnica, kao i njihovu ulogu u društvu. U svjetlu temeljnih ljudskih vrijednosti poput slobode, blagostanja i razvoja društva te pojedinaca, narodna knjižnica postavlja se kao ključni čimbenik ostvarivanja ovih ideala. Njezina uloga proizlazi iz uvjerenja da dobro informirani građani, angažirajući se u demokratskom procesu i aktivno sudjelujući u društvu, grade osnovu za slobodno, prosperitetno i razvijeno društvo. Sloboda mišljenja i sloboda izražavanja su nužni uvjeti za nesmetan pristup informacijama, budući da pravo na znanje nužno podrazumijeva slobodu mišljenja i savjesti. (Konjicija-Kovač, 2019, str. 19) Zbog toga, narodne bi knjižnice trebale podupirati jedno od osnovnih ljudskih prava - pravo na pristup i razumijevanje informacija. Njezine zbirke trebale bi biti oslobođene bilo kakvog oblika cenzure, tj. ne podlijevati pritiscima određenih pojedinaca ili vjerskih, političkih i ideoloških skupina.

Glavnim djelatnostima narodne knjižnice, IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice (2011) ističu pružanje raznovrsnih usluga i osiguravanje bogate građe na različitim medijima kako bi zadovoljila obrazovne i informacijske potrebe te potrebe za osobnim razvojem, uključujući i razonodu i potrebe vezane uz kvalitetno provođenje slobodnog vremena, kako pojedinaca tako i grupa. Također, aktivnosti narodnih



knjižnica imaju ključnu ulogu u oblikovanju i jačanju demokratskog društva, omogućujući svakom pojedincu pristup raznolikom spektru znanja, ideja i mišljenja. Prema IFLA- inom i UNESCO-ovom Manifestu (2022), jedno od ključnih poslanja narodne knjižnice je razvoj čitalačkih navika kod djece od rođenja do odrasle dobi. Čitanje i pisanje neophodne su vještine za funkcioniranje u informacijskom društvu, stoga narodne knjižnice igraju ključnu ulogu u poticanju razvoja čitateljskih navika i pismenosti.

Kako bi potaknule interes i motivaciju za čitanje, narodne knjižnice bi trebale preuzeti aktivnu ulogu u društvu u poticanju i promoviranju čitanja. Pristup bilo kojoj građi uključuje aktivnost čitanja, bilo da se radi o čitanju u digitalnom ili tiskanom obliku. Kako bi odgovorile na ta dva izazova, narodne knjižnice trebaju se okrenuti promociji čitanja, odnosno pokazati kako su i digitalni i tiskani oblici vrijedni korisnikova vremena i pažnje (Bokan i Cupar, 201, str. 52).

Prema Manifestu (2022), narodna knjižnica također služi kao ključna lokalna točka pristupa znanju, podržavajući cjeloživotno učenje, samostalno donošenje odluka te kulturni razvoj pojedinaca i društvenih skupina. Cjeloživotno obrazovanje postaje sve važnije u suvremenom društvu zbog rapidnog razvoja tehnologije, a potreba za stjecanjem novih vještina traje kroz cijeli život te ne završava završetkom škole ili fakulteta. Narodne knjižnice pružaju sveobuhvatnu podršku obrazovanju, kako formalnom tako i neformalnom. One pružaju pristup tiskanim i drugim medijima, ali i potiču i neformalno učenje kroz organizaciju radionica, kulturnih događanja, književnih susreta i sl. Kroz osiguravanje neograničenog pristupa raznolikim oblicima znanja, uključujući znanstveno i lokalno znanje, knjižnica potiče stvaralačko sudjelovanje građana i razvoj demokracije.

Jedna od osnovnih uloga narodne knjižnice je sakupljanje, organizacija i omogućavanje pristupa širokom spektru informacijskih izvora. Današnje društvo temelji se na ekonomiji znanja (engl. *knowledge economy*) jer se u osnovi inovacija i ekonomskog rada nalaze različite ideje, informacije i oblici znanja. Suvremeno društvo je društvo znanja, a većina usluga danas je stvorena nematerijalnim radom, stoga je znanje postalo intelektualni kapital koji pokreće razvoj društva. U društvu znanja, knjižnice i informacijski centri imaju krucijalnu ulogu jer su posvećeni pružanju pristupa informacijskim i znanstvenim resursima te uslugama kako bi zadovoljili informacijske potrebe zajednice. (Gupta, 2015)

Uloga narodnih knjižnica postaje od suštinskog značaja za promicanje informacijske pismenosti i razvoja kritičkog mišljenja. U današnjem digitalnom dobu gdje je pristup informacijama lak, ali i gdje se suočavamo s izazovima poput širenja lažnih informacija, filtriranje relevantnih i pouzdanih podataka postaje ključno. Svjedočimo ogromnoj snazi medija i preplavljenosti informacijama koje su lako dostupne putem interneta, stvarajući dojam da sve informacije imaju jednaki značaj i težinu. Paralelno s tim, važno je uočiti da medij ekrana, unatoč prvotnom dojmu autentičnosti, pruža lažan dojam, budući da internet inherentno ne

vrši selekciju niti evaluaciju informacija (Kovačević, 2017, str. 58) Mnoge narodne knjižnice stoga provode radionice informacijske pismenosti pružajući korisnicima alate i vještine za kritičko razumijevanje, evaluaciju i interpretaciju informacija, čime se potiče razvoj kritičkog mišljenja. Takve radionice osnažuju korisnike kako bi samostalno navigirali kroz kompleksno informacijsko okruženje. Knjižnice stoga mogu dati jedinstven doprinos informacijski opismenjujući korisnike tj. educirajući ih o pretraživanju, pristupu, vrednovanju i korištenju informacija omogućavajući im da samostalno stječu znanja. (Špiranec i Lasić-Lazić, 2014, str. 46) Radionice informacijske pismenosti osiguravaju da svi korisnici, bez obzira na razinu obrazovanja ili iskustva, imaju jednaku priliku razvijati vještine koje su ključne za informirano sudjelovanje u društvu.

Narodne knjižnice igraju ključnu ulogu kao mjesta susreta u zajednicama, potičući povezivanje i izgradnju društvenog kapitala. Putnam (2003) kako je navedeno u radu Koska (2006) društveni kapital definira kao „obilježja društvene organizacije, poput povjerenja, normi i mreža koje mogu poboljšati učinkovitost društva olakšavanjem usklađenog djelovanja“ Drugim riječima, društveni kapital je vezivno tkivo svake zajednice, a uključuje međusobno povezivanje ljudi radi postizanja zajedničkih ciljeva i dobiti. U suvremenom kontekstu, narodne knjižnice predstavljaju više od prostora i knjižničnih zbirki. One su društveni entiteti koji pružaju dodatnu vrijednost kroz podršku i pomoć korisnicima u različitim aktivnostima, uz stručnu podršku profesionalnih djelatnika. (Appleton et al., 2018).

Johnson (2010) je istraživala vezu između narodnih knjižnica i društvenog kapitala s ciljem utvrđivanja koliko javne knjižnice doprinose društvenom kapitalu i individualnom društvenom kapitalu zajednice. U svom kasnijem istraživanju (2012) zaključila je da se društveni kapital gradi kroz interakcije između korisnika i osoblja knjižnice, putem izgradnje povjerenja, povezivanja pojedinaca s lokalnom zajednicom i resursima knjižnice, pružanja socijalne podrške, ublažavanja društvene izolacije, pomoći korisnicima u razvoju vještina za digitalno okruženje te kao pozitivno središte zajednice.

Narodne knjižnice također imaju i posebnu odgovornost pružanja pristupa informacija vezanih uz lokalne izvore te promidžbe lokalne kulture. Svijest o nužnosti očuvanja jedinstvenosti vlastite kulture odražava se posebno kroz zavičajne zbirke koje djeluju kao čuvari kulturne baštine. Zadatak narodnih knjižnica je prezentirati javnosti građu iz svojih zavičajnih zbirki te na taj način popularizirati zavičajni fond (Grlač-Tošić, 2010, str. 6). Zavičajne zbirke često obuhvaćaju vrijednu građu koja svjedoči o povijesti, tradiciji i identitetu određenog područja. Aktivno promoviranje ovih zbirki od strane knjižnice omogućava široj javnosti pristup i razumijevanje lokalne baštine te potiče svijest o važnosti očuvanja vlastitog kulturnog identiteta i posebnosti. Time se osigurava da se povijesni i kulturni elementi lokalnog identiteta ne zaborave, nego da se njeguju i prenose na buduće generacije, čime se jača osjećaj pripadnosti i zajedništva. Lokalna se

kultura, osim kroz zavičajnu zbirku, može promovirati i izložbama, njegovanjem usmene predaje, promocijom lokalnih autora i razvojem interaktivnih programa o lokalnim temama.

Multikulturalnost suvremenih društava neizbježno se reflektira i u radu knjižnica, što rezultira novim društvenim zadaćama narodne knjižnice. Društvenu ulogu narodnih knjižnica u suvremenom društvu opisuju temeljni dokumenti poput IFLA-inog i UNESCO-ovog Manifesta za narodne knjižnice, IFLA-inih smjernica za narodne knjižnice, Smjernica za knjižnične usluge za multikulturalne zajednice, Pulman-smjernica, Oeiraškog manifesta, Aleksandrijskog manifesta o knjižnicama, te Glasgowske deklaracije o knjižnicama, informacijskim službama i intelektualnoj slobodi. Navedeni dokumenti ističu osnovna obilježja suvremenih knjižnica koja se tiču njihove društvene uloge, uključujući jednakost pristupa za sve, neovisno o kulturnim i biološkim razlikama, inkluzivan pristup temeljen na načelima jednakosti pristupa informacijama i znanju, te podržavanje intelektualnih sloboda i promicanje demokratskih vrijednosti i ljudskih prava u lokalnim zajednicama i društvu općenito. Poticanje inkluzivnosti među članovima zajednice ostvaruje se potporom kvalitetnom provođenju slobodnog vremena, poticanjem cjeloživotnog učenja te zadovoljavanjem informacijskih i kulturnih potreba. Narodne knjižnice, osim što su kulturni i informacijski centri, su i mjesta integracije u vlastitoj zajednici (Putnik i Badurina, 2020, str. 362). Narodne knjižnice trebale bi odgovoriti potrebama manjinskih zajednica te promicati multikulturalne i interkulturalne vrijednosti kroz knjižnične službe i usluge.

## **2.2 Korisnici narodnih knjižnica**

Korisnici su temeljni razlog postojanja narodnih knjižnica, jer bez njih ne bi imale svoju svrhu. Oni obuhvaćaju sve osobe koje koriste usluge knjižnice, ali ne moraju nužno biti njeni članovi. One koji bi mogli postati korisnici njenih usluga nazivamo potencijalnim korisnicima (Sečić, 2006, str. 26) Ključno je upoznati nekorisnike s uslugama i proizvodima knjižnice kako bi se u knjižnicu privukli novi korisnici (Kovačević i Vrana, 2014, str. 139) Kako bi knjižnice unaprijedile svoje usluge i proizvode, korisno je raditi istraživanja s korisnicima i nekorisnicima.

Korisnici narodnih knjižnica čine raznoliku skupinu pojedinaca s raznolikim informacijskim, obrazovnim, psihološkim i društvenim potrebama. Ljudi različitih dobnih skupina s različitim obrazovnim pozadinama, profesionalnim interesima te kulturnim potrebama koriste knjižnicu kako bi zadovoljili svoje specifične potrebe za informacijama, bilo da je riječ o istraživanju, obrazovanju, razonodi ili razvoju vještina.

Promjene koje su se dogodile u knjižničnom fondu posljednjih desetljeća, direktno proizlaze iz napretka i primjene informacijsko-komunikacijske tehnologije u svim aspektima ljudskog života, te čine ključnu razliku između tradicionalne i hibridne, odnosno digitalne knjižnice. Pojavom hibridnih knjižnica naglasak

je stavljen na pristup sadržaju neovisno o vremenu, mjestu ili mediju koji nosi taj sadržaj (Kosić i Heberling Dragičević, 2017, str. 163). Hibridna knjižnica je koncept koji se odnosi se na knjižnice koje omogućuju pristup kako tradicionalnoj tiskanoj, tako i suvremenoj elektroničkoj građi. Njihov glavni cilj je učiniti sadržaj dostupnim korisnicima putem raznovrsnih informacijskih usluga, neovisno o mediju koji je nositelj tog sadržaja.

U današnjem digitalnom dobu, sve je više korisnika knjižnica koji pristupaju njezinim resursima i uslugama na daljinu, stoga takve korisnike nazivamo virtualnim korisnicima (Sečić, 2006, str. 26). Narodna knjižnica prilagođava se potrebama virtualnih korisnika pružajući im pristup raznolikim digitalnim resursima poput e-knjiga, zvučnih knjiga i digitalnih zbirki putem svoje mrežne stranice ili posebnih aplikacija. Osim digitalnih resursa, narodne knjižnice nude i virtualne usluge kao što su virtualne radionice, online čitateljski klubovi, usluga online rezervacije knjiga i dr. Drugim riječima, prilagođavanjem svojih usluga potrebama virtualnih korisnika, narodne knjižnice mogu osigurati da svi članovi zajednice imaju pristup informacijama i resursima koji su im potrebni.

Za postizanje svojih ciljeva i ispunjenje svog poslanja, narodna knjižnica mora osigurati potpunu pristupačnost svojim korisnicima. Za djelotvorni rad narodne knjižnice, IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice ističu sljedeće sastavnice:

- Identificiranje potencijalnih korisnika
- Analiza korisničkih potreba
- Razvijanje usluga za pojedine grupe ili pojedince
- Uvođenje politike skrbi o korisnicima
- Promicanje obrazovanja korisnika za korištenje knjižnice
- Suradnja i razmjena građe
- Razvijanje elektroničkih mreža
- Osiguravanje pristupa službama i uslugama
- Osiguravanje prostora za knjižnicu

Upravljanje uslugama narodnih knjižnica zahtijeva temeljitu analizu potreba knjižnične i informacijske zajednice na lokalnoj razini. Stoga je važno identificirati ciljane skupine korisnika te razvijati usluge knjižnice prema njihovim potrebama. Službe narodne knjižnice moraju biti fleksibilne i prilagodljive kako bi pratile promjene u društvu, uključujući demografske promjene, raznolikost kulture, tehnološki napredak te razvoj i promjene u korištenju komunikacijskih kanala.

Službe narodne knjižnice zasnovane su na načelu jednakosti pristupa svima; služe svim građanima, bez obzira na dob, spol, nacionalnost, vjeru, rasu i druge razlike. Narodne knjižnice stoga su dužne, osim za primarne korisnike (djecu, mlade i odrasle), osigurati građu i usluge i za pripadnike drugih kultura ili etničkih

grupa, osobe s posebnim potrebama (slijepe i slabovidne, osobe s oštećenjem sluha), no i ljude koji su iz nekog razloga vezani uz kuću i ne mogu doći fizički u knjižnicu (npr. osobe s fizičkih ili mentalnim invaliditetom) te ljude koji borave u institucijama kao što su bolnice ili zatvori. Za zadovoljenje potreba specifičnih korisničkih grupa, knjižnična građa i usluge mogu biti pristupačne izvan klasičnih knjižničnih prostora, na primjer, kroz pokretne knjižnice. Također, može se osigurati posebna oprema i građa za osobe s oštećenjem vida ili sluha, poput zvučnih knjiga, knjiga na brajici i elektronskih pomagala za povećanje teksta za slabovidne. Nadalje, može se pružiti specijalizirana građa za osobe s poteškoćama u učenju, kao što su materijali prilagođeni lakom čitanju. Usluge za migrante i doseljenike također se mogu ponuditi kako bi im se olakšalo prilagođavanje i integracija u novu sredinu. Kvalitetne usluge zahtijevaju osjetljivost knjižnice prema potrebama svojih korisnika te prilagođavanje usluga prema njihovim zahtjevima. Stoga je ključno aktivno uključivanje korisnika u proces razvoja usluga. To se može učiniti provođenjem anketa o uslugama koje koriste, uzimanjem njihovih prijedloga i uvažavanjem primjedbi te prikupljanjem informacija od potencijalnih korisnika knjižnice. (IFLA, 2011) Korisničke potrebe sve su zahtjevnije, stoga je važno da narodne knjižnice drže korak s razvojem tehnologije te oslušuju potrebe svojih korisnika.

### **2.3 Programi i usluge narodnih knjižnica**

Temelj za uspješnu uspostavu usluga i programa narodne knjižnice je dobro poznavanje potreba lokalne zajednice te osviještenost o problemima zajednice u kojoj djeluju (Dragija-Ivanović, 2012, str. 87). Prilikom planiranja usluga i aktivnosti, ključno je postavljanje prioriteta te izrada strategije koja će obuhvatiti srednjoročne i dugoročne ciljeve. Drugim riječima, programi i usluge narodnih knjižnica trebali bi se temeljiti na njihovom poslanju, što uključuje pružanje informacija, poticanje pismenosti, podržavanje obrazovanja, poticanje sudjelovanja građana te promicanje kulturnih aktivnosti. IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice (2022) naglašava da usluge moraju biti dostupne članovima knjižnice, kako fizički tako i digitalno. To zahtijeva da se knjižnica nalazi na dobroj lokaciji, da je dobro opremljena, da ima prikladan prostor za čitanje i učenje, relevantnu tehnologiju i radno vrijeme prilagođeno korisnicima. Također, knjižnične usluge bi trebale biti pristupačne i onima koji ne mogu posjetiti knjižnicu. Važno je prilagoditi usluge kako bi odgovarale različitim potrebama zajednica u ruralnim i urbanim sredinama. Usluge narodnih knjižnica trebale bi također obuhvatiti potrebe marginaliziranih skupina, osoba s posebnim potrebama, višejezičnih korisnika i autohtonih naroda unutar zajednice. Knjižničari igraju aktivnu ulogu kao posrednici između korisnika i različitih izvora, bilo da se radi o digitalnim ili tradicionalnim izvorima.

Za pružanje odgovarajućih usluga, ključni su ljudski i materijalni resursi i kapaciteti. Također je bitno i stalno stručno usavršavanje knjižničara kako bi se uspješno mogli suočiti s trenutnim i budućim izazovima.

Kako bi korisnici iskoristili sve raspoložive izvore, potrebno ih je educirati te pružiti usluge onima koji nisu u mogućnosti fizički posjetiti knjižnicu.

### **2.3.1 Programi i usluge za djecu**

Razvoj čitalačkih navika od najranije dobi ključan je za intelektualni, emocionalni i socijalni razvoj djece. „Čitanje pomaže u razvijanju govornih sposobnosti, bogati djetetov rječnik, uvodi ga u svijet mašte i umjetnosti, unaprjeđuje njegove sposobnosti slušanja, pomaže u razvoju opažanja, promatranja, pažnje, mišljenja i logičnog zaključivanja“ (Radonić, 2022, str. 10) Uloga narodne knjižnice u ovom procesu izuzetno je važna, pružajući raznovrsne usluge koje potiču ljubav prema čitanju. Djeca koja su izložena knjigama od najmlađih dana razvijaju bolje jezične vještine, proširuju svoj vokabular te razvijaju kritičko razmišljanje. Narodne knjižnice stvaraju poticajno okruženje koje potiče maštu, kreativnost i istraživački duh kod djece. Programi poput pričaonica, radionica i igraonica unutar knjižničkog prostora pružaju interaktivno iskustvo koje dodatno potiče dječju radoznalost. Osim toga, knjižničari igraju ključnu ulogu u savjetovanju roditelja o odabiru prikladnih knjiga za djecu različite dobi.

Programi i usluge za djecu koje pružaju narodne knjižnice stvaraju temelje za trajnu naklonost prema čitanju i učenju. Nadalje, poticanje djece da koriste knjižnicu od najranije dobi povećava izgleda da će ostati aktivni korisnici knjižnice i u kasnijim godinama. IFLA-ine smjernice za knjižnične usluge za djecu od rođenja do 18 godina (2018) navode sljedeće aktivnosti i programe koje narodne knjižnice mogu ponuditi djeci: programi upoznavanja s knjižnicom, aktivnosti za poticanje informacijske pismenosti i obiteljske pismenosti, promicanje čitanja i odgoj čitatelja, posudba građe, čitateljski klubovi, kulturni programi, klubovi za rješavanje domaće zadaće, susreti s piscima i pričaonice, LGBTQ+ programi, pjesmice za bebe i djecu rane dobi, kreativne stvaralačke aktivnosti, aktivnosti i klubovi za kodiranje, istraživačke stvaralačke (makerspace) aktivnosti, kreativne igre, glazbene i dramske izvedbe i sl.

Za promicanje inkluzivnost, knjižnice bi trebale usko surađivati s organizacijama koje brinu o osobama s teškoćama u razvoju i osobama s invaliditetom, pružajući im informacije o dostupnim resursima i uslugama koje knjižnice (IFLA, 2018, str. 13). Knjižnica bi također trebala pružati širok spektar usluge za sve članove lokalne zajednice, uključujući djecu s teškoćama u razvoju, osobe s invaliditetom, imigrante, izbjeglice i one koji su suočavaju s različitim oblicima stigmatizacije.

### **2.3.2 Programi i usluge za mlade**

Današnji mladi trebaju posjedovati različite kompetencije u području informacijske i čitateljske pismenosti u usporedbi s prethodnim generacijama. To postavlja nove izazove pred narodne knjižnice u vezi

s pružanjem usluga mladima. Mladi čine jedinstvenu skupinu korisnika s posebnim potrebama i interesima, različitima od djece i odraslih korisnika. Potrebno je da knjižničari budu u toku s intenzivnim tehnološkim razvojem koji utječe na način na koji mladi pristupaju informacijama i izražavaju interes za čitanje (Stričević i Jelušić, 2010, str. 2). Ključni element za oblikovanje knjižničnih programa i usluga za mlade jest razumijevanje i poštovanje njihovih specifičnosti, što uključuje i raznolike informacijske potrebe i čitateljske interese.

Jedan od razloga zbog kojih narodne knjižnice tek u posljednjem desetljeću uvode specifične knjižnične usluge za mlade leži u nedostatku jedinstvenog definiranja pojma "mladi". Bez preciznog određenja dobne skupine koju obuhvaća pojam "mladi", knjižnicama je izazovno razviti prilagođene programe i usluge koji bi zadovoljili specifične potrebe ove skupine korisnika. Mladi predstavljaju raznovrsnu skupinu s različitim interesima, tehnološkim vještinama i potrebama koje se mijenjaju s razvojem društva. Stoga je važno razumjeti i uzeti u obzir tu raznolikost kako bi knjižnične usluge bile relevantne i privlačne za mlade korisnike. Prema IFLA-inim Smjernicama za knjižnične usluge za mladež (2009, str. 16), svaka knjižnica autonomno određuje dobnu granicu koja obuhvaća mladenačku dob, pri čemu ta granica može varirati ovisno o kulturi i zemlji. Uobičajeno se uzima dob između dvanaeste i osamnaeste godine kao standardni raspon za knjižnične usluge namijenjene mladima. Ipak, ovisno o zemlji i kulturi, taj raspon se može proširiti kako bi uključio i starije od osamnaest godina.

U današnjem informacijskom dobu, mladi ljudi odrastaju u kontekstu kulturne raznolikosti i globalizacije, oblikovanom novim oblicima pismenosti i suvremenim medijima komunikacije. Ovo doba donijelo je promjene u njihovim slobodnim aktivnostima jer im informacije postaju dostupne gotovo svugdje. Informacije koje pronadu na internetu ne znaju pravilno vrednovati (Stričević i Jelušić, 2010, str. 16).

To može dovesti do neinformiranosti, pogrešnih zaključaka ili čak manipulacije. Osim toga, zbog brzog tempa života, mladi često ne žele trošiti vrijeme na istraživanje i kritičko razmišljanje o informacijama koje konzumiraju. Stoga, važno je osigurati knjižnične programe i podršku koja će mladima pomoći u razvijanju kritičkog mišljenja, digitalne pismenosti i sposobnosti kritičke evaluacije informacija kako bi postali informirani i samosvjesni građani u digitalnom dobu.

IFLA-ine Smjernice za knjižnične usluge za mladež (2009, str. 17) od knjižničnih programa preporučuju aktivnosti poput razgovora o knjigama, pripovijedanja i promocije knjiga, informativne programe s temama od interesa za mlade kao što su zdravlje, karijera i aktualna pitanja. Također, mogu se organizirati posjeti poznatih osoba poput autora, sportaša i lokalno poznatih ličnosti, kulturni događaji vezani uz glazbu i umjetnost, radionice namijenjene poučavanju određene vještine ili poticanju kreativnog izražavanja. Od svojih usluga, knjižnice mladima moraju omogućiti besplatan pristup internetu, pružati referentne informacije radi podrške obrazovanju i osobnom razvoju, organizirati vođene ture knjižnicom kako bi mlade

potakli na samostalnost korištenja knjižničnog prostora, poticanje informacijske pismenosti putem tiskanih i elektroničkih izvora i dr. Mnogi autori naglašavaju važnost odvojenog prostora u kojem borave mladi, posebno zbog činjenice da se u dobro opremljenim prostorima namijenjenim njima mladi lakše povezuju, a time postaju zainteresiraniji za knjižnicu (Stričević i Jelušić, 2010, str. 20). Knjižnice koje žele pružiti odgovarajuće programe za mlade, trebaju tražiti njihovo sudjelovanje u svim fazama procesa razvoja programa. Uključivanje mladih u donošenje odluka, planiranje i provođenje programa pokazalo se kao jako dobra praksa.

### 2.3.3 Programi i usluge za odrasle

Knjižnice nude raznovrsne usluge prilagođene potrebama odraslih članova zajednice. Odraslim korisnicima smatraju se članovi stariji od osamnaest godina. Osim bogatih zbirki knjiga koje obuhvaćaju širok spektar žanrova i tema, knjižnične usluge za odrasle često uključuju pristup knjižničnom katalogu, e-knjigama, zvučnim knjigama i drugim elektroničkim izvorima. Narodne knjižnice organiziraju različite radionice, predavanja, književne događaje, promocije knjiga, te edukativne programe koji potiču cjeloživotno učenje i osobni razvoj.

Jedna od ključnih uloga narodnih knjižnica je poticanje čitanja, a postoji niz načina za ostvarivanje tog cilja. Jedan od takvih primjera su čitateljski klubovi. Čitateljski klub predstavlja skupinu pojedinaca koji se redovito okupljaju kako bi raspravljali o pročitanim knjigama. Članovi čitateljskog kluba potiču se na razvoj interesa za kvalitetnu literaturu, redovito čitanje, a borave i u ugodnom prostoru gdje mogu s drugim strastvenim čitateljima dijeliti svoja čitateljska iskustva, razmjenjivati mišljenja i diskutirati o dojmovima (Duić i Anđić, 2019, str. 91) Članovi kluba sastaju se zbog zajedničke ljubavi prema čitanju, ali i radi užitka, zabave i stvaranja prijateljstava. Čitateljski klubovi promoviraju čitanje okupljajući i formirajući zajednicu ljubitelja knjiga, osoba s interesom za čitanje koje žele raspravljati o pročitanim i dijeliti svoja razmišljanja.

Većina modernih svjetskih knjižnica, posebno onih koje su nedavno otvorene, izgrađene su s posebnom svrhom i vizijom. One teže ne samo pružanju tradicionalnih knjižničnih usluga i resursa, već i dodavanju vrijednosti koja proizlazi iz društvenih, komunikacijskih, ekonomskih, ekoloških, tehnoloških, pa čak i turističkih promjena (Đukec Kero, Krpan i Pikić, 2018, str. 153). Očekivanja korisnika i članova zajednice su se s vremenom promijenila i razvila, stoga narodne knjižnice diljem svijeta uključuju usluge gdje građani mogu pronaći sve potrebne informacije o gradskom prometu, socijalnim pravima, stipendijama, natjecanjima, zapošljavanju, strateškim projektima i zaštiti okoliša, kao i turističke informacije o gradu. Svjetske knjižnice nude širi spektar posudbe, uključujući glazbene instrumente, umjetnička djela te posudbu alata, sjemena, pa čak i pasa. (Đukec Kero, Krpan i Pikić, 2018, str. 155) Drugim rječima, knjižnice se



prilagođavaju novim potrebama odraslih članova uslijed promjena u tehnologiji i društvu, nudeći inovativne usluge u svrhu njihovog osobnog i profesionalnog napretka. Posljedice novih tehnologija i digitalnih usluga, zajedno s promjenama u potrebama i očekivanjima korisnika usluga, uz evoluciju čitanja i traženja informacija, nameću potrebu prilagodbe knjižnica budućnosti.

### 3. Važnost promocije knjižničnih usluga

Marketing predstavlja bitan element svakog organizacijskog poslovnog plana, uključujući i knjižnice te informacijske centre, te djeluje kao sredstvo za ostvarivanje zadovoljstva korisnika. Promocija knjižničnih usluga ključna je komponenta osiguranja da knjižnice ostanu relevantne i prepoznate kao važan resurs u zajednicama u kojima služe. Potrebno je promovirati usluge koje knjižnice nude kako bi postojeći i potencijalni korisnici mogli biti informirani o njima (Vrana i Kovačević, 2012, str. 28). Promocija djeluje kao most koji spaja tradicionalne vrijednosti koje knjižnice predstavljaju sa suvremenim načinima korištenja i pristupa njihovim uslugama šireći svijest o širokom spektru usluga koje knjižnice nude, istovremeno ih prilagođavajući suvremenim potrebama i očekivanjima korisnika.

Iako se koncept promocije često povezuje s komercijalnim sektorom, njegova uloga u knjižničnom kontekstu nije manje važna. Promocija knjižničnih usluga ne samo da privlači nove korisnike već i educira postojeće o raznovrsnim resursima i mogućnostima koje knjižnice pružaju. Mnogi ljudi nisu svjesni svih dostupnih usluga koje knjižnice pružaju. Prevladava uvriježeno mišljenje da je svrha knjižnice tek posuđivanje i vraćanje knjiga, stoga postaje jasno da je knjižnični marketing nužan za preoblikovanje takvih stavova.

Razmatranje promocije kao aktivnosti zahtijeva sagledavanje unutar šireg okvira marketinga, stoga je za pravilno shvaćanje njezine uloge bitno imati temeljno razumijevanje osnovnih načela marketinga. Kotler i Armstrong (2001, str. 6) definiraju marketing kao društveni i upravljački proces u okviru kojeg pojedinci i grupe dolaze do onoga što trebaju i žele. Ovaj proces obuhvaća oblikovanje, razmjenu proizvoda i vrijednosti s drugima kako bi se postigla obostrana korist. U kontekstu knjižnica, koje su neprofitne organizacije, ova definicija bi se mogla protumačiti da knjižnični marketing uključuje razumijevanje potreba korisnika i upravljanje resursima i uslugama kako bi se te potrebe zadovoljile. Knjižnice osim kreiranja atraktivnih usluga i sadržaja za korisnike trebaju uspostaviti dvosmjernu komunikaciju s korisnicima kako bi se osiguralo da knjižnične usluge odgovaraju njihovim potrebama.

Premda su knjižnice neprofitne organizacije, one na neki način moraju prodati svoje usluge i resurse svojim korisnicima. Knjižnični marketing podrazumijeva poticanje korisnika da dođu u knjižnicu na način da ih se osvijesti o tome što sve knjižnica nudi te kako im knjižnica može koristiti (Potter, 2012, XV). Ukoliko to ne uspiju, neće uspjeti zadržati korisnike, a onda se i sam smisao knjižnica polako gubi. Također, opstojnost samih knjižnica ovisi o njihovim financijerima, najčešće o sredstvima iz državnog ili gradskog proračuna. Kako bi održale i razvijale svoju djelatnost, iznimno je važno da knjižnica uvjeri vladajuće strukture u važnost njihova financiranja jer one pružaju općedruštvenu korist. Šegota i Silić (1998, str. 25) također naglašavaju da je osim vladajućih struktura, bitna i podrška korisničke i nekorisničke zajednice te da je zbog

toga bitno marketinško planiranje koje obuhvaća analizu unutrašnjeg i vanjskog okruženja knjižnica, procjenu njenih jakosti, slabosti, prilika i prijetnji (SWOT analiza) ali i predviđanje budućih trendova.

### 3.1 Provedba marketinga u knjižnicama

Važnost marketinga u knjižnicama uvidjela je i međunarodna organizacija IFLA koja je 1997. izdala Smjernice za narodne knjižnice u kojima je cijelo jedno poglavlje posvećeno marketingu. Smjernice navode četiri marketinška pomagala, a to su: istraživanje tržišta, segmentacija tržišta, marketinški miks (proizvod, mjesto, cijena i promidžba) te marketinška evaluacija.

Prvi korak je istraživanje tržišta kako bi se se bolje razumjelo ponašanje korisnika, njihove potrebe i preferencije te kako bi se prilagodile usluge i strategije knjižnice prema tim saznanjima. Idući korak je segmentacija tržišta - proces podjele korisnika i potencijalnih korisnika knjižničnih usluga u različite grupe prema njihovim zajedničkim karakteristikama, potrebama, interesima ili ponašanjima. Nakon toga slijedi marketinški miks ili popularno zvan „4P“ (engl. *product, price, place, promotion* – proizvod, cijena, mjesto, promidžba) koji se bavi oblikovanjem proizvoda, cijenom, mjestom i promidžbom građe, usluga i programa. Marketinški miks može pomoći knjižnici da svoja ograničena sredstva iskoristi maksimalno učinkovito. Prema Alfirević et al. (2013, str. 146) s obzirom na različite potrebe korisnika na tržištu, upravljanje marketinškim miksom za različite korisničke segmente zahtijeva različite strategije. Za svaku ciljanu skupinu potrebno je osmisliti posebnu kombinaciju četiriju elemenata marketinškog miksa. U kontekstu knjižnica, proizvod (engl. *product*) bi bile sve usluge, resursi i sadržaji koje knjižnica nudi svojim korisnicima. Cijena (engl. *price*) bi bili ukupni troškovi za korisnika, a mjesto (engl. *place*) kanal distribucije koji može biti fizički u knjižnici (izravni kontakt) ili posredno putem marketinških kanala. Posljednji segment marketinškog miksa je promocija koja se bavi metodama privlačenja ciljane skupine te predstavljanjem vrijednosti koju organizacija nudi. (Alfirević et al, 2013)

Na kraju slijedi posljednje marketinško pomagalo, marketinška evaluacija koja omogućuje knjižnicama da razumiju koliko uspješno su njihove marketinške inicijative dosegle ciljeve i pružile vrijednost korisnicima. IFLA-ine Smjernice za narodne knjižnice (2011) navode dvije metode; prva je procjena korisničkog ponašanja (npr. koja su predmetna područja najpopularnija), a druga mjerenje zadovoljstva korisnika (zadovoljava li usluga korisničke potrebe te koliko je vjerojatno da će uslugu korisnici ponovno koristiti).

Svaka knjižnica bi trebala imati svoj promidžbeni plan, a prema IFLA-inim Smjernicama za narodne knjižnice (2011) , on može sadržavati sljedeće elemente kao što su:

- Korištenje tiskanih, elektroničkih i komunikacijskih medija
- Knjižnične mrežne stranice
- Društvene medije kao što su Facebook, Twitter i Youtube
- Uočljivo postavljanje oznaka u knjižnici i izvan nje
- Sajmove knjiga
- Obilježavanje godišnjica i obljetnica
- Proglašavanje jednog tjedna u godini tjednom knjižnice i druge skupne promidžbene aktivnosti
- Aktivnosti i kampanje za prikupljanje sredstava
- Aktivnosti vezane uz komunikaciju s javnošću
- Organiziranje kampanja za poticanje čitanja i razvoj pismenosti, i dr.

Promocija ima za cilj informirati o ulozi i svrsi knjižnice, potaknuti interes za ponuđenim sadržajima, želju za istraživanjem knjižničnih usluga i izvora informacija te poticati korištenje knjižnice (Sabolović-Krajina, 2013, str. 1) Knjižnica može koristiti različita promocijska sredstva kako bi došla do svojih korisnika te uspostavila svoj ugled. Oglašavanje je najpoznatiji oblik promocije, a može se definirati kao plaćena komunikacija s ciljnom publikom putem (tiskanih, vizualnih, zvukovnih, multimedijalnih...) oglasa isporučenih preko različitih medija (novine, radio, TV, internetske stranice...) (Alfirević et al. 2013). Neki od tiskanih oblika promocije koje knjižnice često koriste su: informativni letci i brošure koje daju pregled usluga knjižnice, radnog vremena, ponude knjižničnih programa, korisničkih smjernica i slično; plakati koji se postavljaju u knjižnici i drugim javnim mjestima kako bi privukli pažnju na aktualne događaje, posebne izložbe, ili tematske programe; kalendari događanja koji sadrže popise planiranih događanja, predavanja, radionica i drugih aktivnosti unutar knjižnice; newsletteri koji također obavještavaju korisnike o novostima i događanjima u knjižnici putem emaila i dr. Također, ne bismo smjeli zanemariti vrijednost direktne komunikacija između knjižničara i korisnika s ciljem informiranja o uslugama, resursima i programima knjižnice. Kroz osobnu interakciju, knjižničari mogu pružiti individualizirane informacije i savjete, poboljšati korisničko iskustvo, te potaknuti korisnike da iskoriste sve što knjižnica nudi.

Odnosi s javnošću (engl. public relations - PR) igraju važnu ulogu u kontekstu knjižnica, kao i u mnogim drugim profitnim i neprofitnim organizacijama. Aktivnosti odnosa s javnošću pomažu osigurati koordinirane napore u komuniciranju pozitivne slike knjižnice te promoviranju dostupnosti materijala, programa i usluga knjižnice (Amaechi, Unegbu i Nworie, 2019, str. 188). Drugim rječima, ciljevi su odnosa s javnošću izgradnja ugleda knjižnice i stvaranje pozitivne reputacije, povećanje vidljivosti i svijesti o svojim uslugama i programima, što može pomoći u prepoznavanju vrijednosti knjižnice u zajednici te osiguranju podrške i financijske potpore od strane lokalne uprave ili dr izvora. Suradnja s medijima također je vrlo

važna, pa je poželjno da knjižnica surađuje s lokalnim i nacionalnim medijima kao što su televizija, radio ili novine kako bi promovirali svoje usluge i programe.

Promoviranje ponude knjižnice trebalo bi biti jednostavno i jasno, komunicirajući s korisnicima na način koji će im biti blizak i potaknuti ih da dožive sve što knjižnica nudi. Bartelstein i Ryan (2013, str. 126) preporučuju angažiranje samih korisnika te uključivanje njihovih perspektiva u napore podizanja svijesti o knjižnici i njenom utjecaju. Kroz pažljivo osmišljen marketinški plan, knjižnice grade mostove s korisnicima i zajednicama koje služe. Stvaranje i održavanje odnosa s javnošću, kao i aktivno uključivanje korisnika u promociju, ključni su za izgradnju pozitivne reputacije i podrške zajednice.

## 4. Vrednovanje uspješnosti poslovanja narodnih knjižnica

Današnje knjižnice posluju u dinamičnom okruženju koje se neprestano mijenja. Promjene su vidljive najviše u načinima pristupa informacijama, ali i u nastanku novih modela organiziranja podataka. Korisnici knjižnica imaju sve više i složenije zahtjeve. Za uspješno suočavanje s tim zahtjevima i uspješnu prilagodbu promjenama u svom okruženju, knjižnicama su potrebna značajna ulaganja, uključujući nabavu nove građe, unaprjeđenje tehnološke infrastrukture, pretplatu na skupe baze podataka te dodatno obrazovanje i usavršavanje osoblja. (Petr Balog, 2012, str. 2) U takvom okruženju, nužno je da knjižnice sustavno vrednuju svoje poslovanje kako bi opravdale svoje postojanje pred osnivačima i društvom u cjelini, što zahtjeva angažman djelatnika i uprave knjižnice.

Kako bi knjižnice uspješno mjerile kvalitetu svog poslovanja, moraju razviti kulturu vrednovanja. U svom radu "Kultura vrednovanja kao dio organizacijske kulture hrvatskih knjižnica", Petr Balog (2012) navodi autore Lakosa i Phippsa koji definiraju kulturu vrednovanja kao „organizacijsko okruženje u kojem su odluke utemeljene na činjenicama, istraživanju i analizi te gdje su usluge planirane i isporučene na način koji će dovesti do maksimalno pozitivnih krajnjih rezultata (engl. *outcomes*) i učinaka (engl. *impact*) kako za korisnike knjižnice tako i za sve zainteresirane dionike (engl. *stakeholders*).” Drugim riječima, odluke koje donosi knjižnica trebaju biti utemeljene na provjerenim informacijama i temeljitim istraživanjima kako bi se osiguralo da su relevantne i u skladu s potrebama korisnika i ciljevima organizacije. Knjižnice trebaju pažljivo planirati kako će pružati svoje usluge, uzimajući u obzir potrebe i interes korisnika. Isporuca usluga treba biti usmjerena prema postizanju maksimalno pozitivnih krajnjih rezultata i utjecaja. Cilj kulture vrednovanja je osigurati da usluge knjižnice imaju pozitivan učinak na korisnike knjižnice i sve ostale dionike. Vrednovanje poslovanja knjižnice može ukazati na potrebu za značajnim i sustavnim promjenama ukoliko organizacija želi poslovati s uspjehom. Prema Petr Balog (2012), organizacija ima kulturu vrednovanja ako sadrži sljedeće elemente:

- Knjižnice trebaju jasno definirati svoje strateške dokumente, uključujući misiju, viziju i ciljeve, te izraziti svoj stav prema vrednovanju aktivnosti. Ciljevi i politika knjižnica trebaju biti usmjereni prema potrebama korisnika i drugih dionika, temeljeni na istraživanju njihovih želja i potreba.
- Strateški ciljevi knjižnice trebaju biti jasni, mjerljivi i usmjereni ka postignuću rezultata. Oni bi trebali uključivati standarde koji će služiti kao pokazatelji učinkovitosti i uspješnosti knjižnice. Planiranje aktivnosti treba osigurati ostvarenje postavljenih ciljeva, uključujući različite razine usluga koje se percipiraju kao uspješno isporučene. Dokumenti također trebaju definirati rokove, metode mjerenja uspjeha te redovito izvještavanje o napretku

- Predanost vodstva i aktivno zalaganje zaposlenika su ključni za promjenu organizacijske kulture u kulturu vrednovanja. Vodstvo treba pokazati primjerom, donositi odluke utemeljene na vrednovanju te poticati sustav nagrađivanja koji će motivirati zaposlenike za prikupljanje i analizu podataka.
- Djelatnici imaju jasna zaduženja i redovito se bave prikupljanjem podataka, te bi trebali vrednovanje shvatiti kao priliku za učenje i poboljšanje, dok organizacija treba pružiti podršku i obuku oko metodologije prikupljanja podataka.
- Podaci se redovito prikupljaju i analiziraju u organizaciji radi utvrđivanja prioriteta, preraspodjele resursa i donošenja odluka, dok se dokumentacija i aktivnosti knjižnice usmjeravaju prema kontinuiranom dijalogu s korisnicima radi održavanja informiranosti o njihovim potrebama i uspjehu u korištenju usluga knjižnice, čime se informacije koriste za oblikovanje strateških dokumenata organizacije.

U uvjetima ograničenih financijskih sredstava, ali rastućih potreba korisnika, nije neobično da financijeri traže detaljna objašnjenja o trošenju sredstava. U takvom okruženju, gdje knjižnice moraju mjeriti i vrednovati svoje poslovanje kako bi opravdale svoje postojanje pred osnivačima i društvom, stavovi osoblja i vodstva knjižnica o vrednovanju uspješnosti postaju ključni. Petr Balog (2012, str 11) u svom članku izražava zabrinutost da unutar knjižničarske struke postoji uvjerenje da knjižnice predstavljaju "javno dobro", što može rezultirati nedostatkom inicijative za prikupljanje i prezentiranje dokaza o njihovoj učinkovitosti i kvaliteti. Postoji duboko usađeno uvjerenje da su knjižnice esencijalne za društvo te da se vrijednost njihovih usluga automatski pretpostavlja i poštuje. Ovakav stav često rezultira otporom prema promjenama, posebno prema kontinuiranom vrednovanju. Nažalost, pojedine knjižnice nisu svjesne prijetnje koja im prijete u obliku opstanka kao organizacija. Donositelji odluka više ne temelje svoj sud o vrijednosti i/ili uspješnosti knjižnice samo na statističkim podacima poput broja korisnika i posudbi. Umjesto toga, njihov interes je usmjeren prema tome kako knjižnica utječe na zajednicu i/ili pojedinca, kakav je taj utjecaj i kako se knjižnica razlikuje od drugih kulturnih institucija u svojem doprinosu. (Dragija Ivanović, 2017, str. 79) Kako bismo dokazali vrijednost knjižnice za zajednicu, važno je razmotriti nekoliko pitanja: Na koji način možemo dokazati vrijednost knjižnice za zajednicu? Kako možemo mjeriti kvalitetu usluga koje nude? Odgovor na ova pitanja možemo pronaći kroz vrednovanje poslovanja knjižnice i povezane prakse poput prikupljanja i analize statističkih podataka, mjerenje uspješnosti poslovanja pomoću sustava pokazatelja, provođenje benchmarking analize i sl. Tuškan Mihočić (2011) navodi definiciju mjerenja uspješnosti poslovanja prema Ambrožič (1999) kao upravljački alat s kojim procjenjujemo uspješnost knjižnice u pružanju usluga (gledajući iz perspektive korisnika) ali i efikasnost poslovanja s obzirom na troškove pojedinih usluga. Drugim riječima, mjerenje uspješnosti potrebno je kako bismo utvrdili ostvaruje li

knjižnica svoje ciljeve, ali i kako bi nam ti podaci bili referentna točka za poboljšanje učinkovitosti, djelotvornosti i kvalitete svojih službi i usluga.

#### 4.1 Metode mjerenja uspješnosti poslovanja

Preduvjet za uspješno poslovanje knjižnice je redovito praćenje potreba i mišljenja korisnika te vrednovanje uspješnosti prema objektivnim kriterijima. (Badurina, Dragija Ivanović i Krtalić, 2010, str. 47). Redovita procjena knjižničnih usluga i programa je ključna, a analizom rezultata potrebno je utvrditi jesu li programi i usluge u skladu s ciljevima knjižnice, zadovoljavaju li potrebe korisnika, je li ih potrebno prilagođavati te jesu li financijski održivi. (Tuškan Mihočić, 2011, str. 213) Rezultati koji su dobiju provedbom vrednovanja, ne služe samo ravnateljima knjižnica, nego i svim djelatnicima kako bi dobili uvid u svoj rad te osvijestili je li potrebno prilagođavati usluge i službe.

Sve različite usluge koje knjižnica pruža mogu biti podvrgnute vredovanju. Uobičajene metode vrednovanja obično se dijele na kvantitativne i kvalitativne, te subjektivne (temeljene na osobnim mišljenjima) i objektivne. Prikupljanje statističkih podataka je česta kvantitativna metoda za dokazivanje uspješnosti poslovanja knjižnice, no neki autori ističu nedostatke i nedovoljnu uvjerljivost takvih podataka. Stoga, knjižnice sve više koriste kvalitativne metode u mjerenju svog utjecaja na korisnike i ishode korištenja knjižničnih usluga. (Mihalić, 2012, str. 32)

Postoji mnogo literature, uključujući knjige i članke, koja se bavi temom mjerenja uspjeha knjižnice putem određenih pokazatelja, ali ističu se dvije važne publikacije, a to su: međunarodna norma ISO 11620:2008 "Library performance indicators", koja je 2001. prihvaćena kao hrvatska norma HRN ISO 11620:2001 pod naslovom "Informacije i dokumentacija – Pokazatelji učinaka knjižnica" te IFLA-in priručnik "Measuring quality: performance measurement in libraries" autora R. Polla i P. te Boekhorsta iz 2007. godine. Ove publikacije pružaju osnovne informacije za primjenu pokazatelja u knjižnicama. Pokazatelj uspješnosti je definiran kao izraz koji može biti numerički, simbolički ili verbalni, a temelji se na statističkim podacima knjižnice. (Tuškan Mihočić, 2011, str. 214) Ti podaci se koriste kako bi se opisala uspješnost knjižničnog poslovanja. Pokazatelji koji su dio norme ISO 11620:2008 moraju zadovoljiti šest kriterija: informativnost, pouzdanost, valjanost, prikladnost, praktičnost i usporedivost. Međunarodne norme, kao i IFLA-in priručnik, prate tzv. *balanced scorecard* model, a radi se o upravljačkoj metodi za povezivanje strateških ciljeva organizacije s njihovim postignućem (Tuškan Mihočić, 2011, str. 214).

Knjižnice trebaju razmotriti različite pokazatelje uspješnosti kako bi prikupile podatke koji će dokazati kvalitetu usluga različitim interesnim skupinama. No, odabir pokazatelja uspješnosti predstavlja izazov jer



postoji rizik da knjižnica odabere pokazatelje koji neće pružiti cjelovitu sliku njenih aktivnosti i ukupne kvalitete. Također, postoji rizik da knjižnica odabere previše pokazatelja, što bi značajno produžilo proces prikupljanja i analize podataka te financijski opteretilo knjižnicu. Zbog ovih izazova s kojima su se suočavale knjižnice prilikom mjerenja uspješnosti svojih aktivnosti, neki knjižnični priručnici počeli su preporučivati korištenje Balanced Scorecard pomagala. Kod *balanced scorecarda*, pokazatelji uspješnosti grupirani su u četiri najvažnije perspektive poslovanja bilo koje organizacije: financije, korisnici, unutarnji postupci i unapređenje poslovanja. (Čuić, 2011, str. 47) Uzimajući u obzir navedene izazove i preporuke za korištenje Balanced Scorecard pomagala, važno je da knjižnice pažljivo odabiru pokazatelje uspješnosti kako bi dobile cjelovitu sliku svojih aktivnosti i utjecaja na zajednicu koju služe.

IFLA-ine i UNESCO-ve smjernice za narodne knjižnice (2003) preporučuju statističko praćenje nekoliko kategorija koje mogu poslužiti kao indikatori za procjenu učinkovitosti knjižničnih ciljeva. Ovi indikatori uključuju: pokazatelje korištenja (kao što su posudba po stanovniku, ukupan broj posjeta po stanovniku, postotak stanovništva učlanjenog u knjižnicu), pokazatelje o građi (poput ukupnog broja jedinica građe po stanovniku), pokazatelje o osoblju (omjer stalno zaposlenih i stanovništva), kvalitativne pokazatelje (istraživanje zadovoljstva korisnika) i pokazatelje troškova (kao što su ukupni troškovi po stanovniku, po korisniku ili po posjetitelju). Kao dopuna ovim mjerilima, može se koristiti i metoda *benchmarking*, tj usporedba s drugim knjižnicama. Koncept *benchmarkinga* potječe iz područja ekonomije, teorije upravljanja i menadžmenta. Označava metodologiju poboljšanja vlastite konkurentnosti i efikasnosti poslovanja te zadovoljavanja potreba korisnika putem učenja od drugih, proučavanja njihovih praksi i implementiranja poboljšanja u vlastito poslovanje na temelju stečenih spoznaja. (Katalenac, 2000, str. 1) Uzimajući u obzir IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za narodne knjižnice, te preporuke za statističko praćenje različitih kategorija koje mogu poslužiti za evaluaciju postignuća knjižničnih ciljeva, kao i važnost metode *benchmarkinga* u poboljšanju konkurentnosti i efikasnosti poslovanja, jasno je da kontinuirano praćenje i usporedba s drugim knjižnicama može biti od ključne važnosti za unapređenje kvalitete usluga i ispunjavanje potreba korisnika.

U Hrvatskoj, Prema Zakonu o knjižnicama i knjižničnoj djelatnosti (NN 17/2019) knjižnice su obvezne prikupljati statističke podatke o svome poslovanju i unositi ih u sustav jedinstvenog elektroničkog prikupljanja statističkih podataka o poslovanju knjižnica pri Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu. Potrebni su kvantitativni i kvalitativni podaci o korištenju knjižničnih usluga kako bi se dokazala uspješnost poslovanja knjižnice. Statistički podaci važni su za upravljanje i promociju knjižnica među svim relevantnim dionicima. Praćenjem izlaznih proizvoda, korištenjem tradicionalnih i novih elektroničkih zbirki i usluga, knjižnice dokazuju prilagođenost usluga potrebama korisnika. (Petr Balog, 2012, 138) Usporedba ulaganja i izlaznih proizvoda ocrta sposobnost knjižnica u efikasnom organiziranju usluga. Podaci o korištenju i

prihvatanju knjižničnih usluga pružaju uvid u konačne utjecaje knjižnica na svoju populaciju. Utjecaji knjižnice, poput poboljšanja pismenosti, informacijskih vještina, obrazovnog uspjeha i društvene uključenosti, postaju jasniji kada se kvantitativni podaci nadopune kvalitativnim istraživanjem korisnika. (Petr Balog, 2012, str. 138)

Mjerenje uspješnosti poslovanja knjižnice ključan je aspekt njezinog funkcioniranja koji je neophodno provoditi kako bi knjižnica mogla utvrditi svoje jake strane, ograničenja i nedostatke. Vrednovanje poslovanja knjižnice i analiziranje rezultata trebalo bi unaprijediti njezinu učinkovitost jer omogućuje uvid u trenutno stanje, ali i daje pogled u ono gdje knjižnica želi biti. S takvim uvidom, knjižnice mogu izraditi planove za poboljšanje rada, postaviti programske ciljeve i raditi na stvaranju bolje budućnosti. Vrednovanje poslovanja knjižnice daje odgovor na pitanje kako zadovoljiti potrebe korisnika, pružiti nove usluge i unaprijediti rad knjižnice.

## **4.2 Važnost provedbe istraživanja zadovoljstva korisnika u knjižnicama**

Porast potreba različitih skupina korisnika, zajedno s promjenama u životnom stilu koje proizlaze iz sveprisutne potrošačke kulture te napretka informacijsko-komunikacijske tehnologije, izmijenio je paradigmu - ranije naglašeni fokus na razvoju knjižničnih zbirki sada se pomaknuo prema potrebama korisnika. (Sabolović Krajina, 2015, str. 10) Budući da su danas korisnici svrha i razlog postojanja knjižnica, vrlo je važno zadovoljiti njihove potrebe.

Korisničko zadovoljstvo, tj. korisnikovo samoprocijenjeno zadovoljstvo razinom usluga knjižnice, subjektivno je mjerilo uspješnosti knjižnice. Koristi se za procjenu različitih usluga knjižnice, za općenito mjerenje ukupne razine uspješnosti knjižnice te za usporedbu razine uspješnosti s drugim knjižnicama. (D'Alia i Walsh, 1983, str. 109) Pod utjecajem razvoja informacijsko komunikacijske tehnologije, korisnici knjižnica usvajaju nove obrasce ponašanja. Knjižnice stoga moraju biti u toku s promijenjenim potrebama korisnika te o aktivnostima koje korisnici poduzimaju u informacijskom okruženju poput interneta. Nedostatak takvog uvida ograničava knjižnice u razvoju novih usluga i pružanju novih informacijskih izvora. (Kovačević i Vrana, 2019, str. 51) Knjižnice trebaju biti svjesne novih obrazaca ponašanja koji proizlaze iz društvenih promjena i tehnološkog napretka, umjesto da se oslanjaju na zastarjele pretpostavke. Također, knjižnice se trude zadovoljiti različite potrebe korisnika, ali je važno razumjeti i zadovoljiti specifične potrebe pojedinih grupa korisnika.

Knjižnice i informacijsko-komunikacijska tehnologija usko su povezani, pa se danas govori o konceptu "knjižnice 2.0", što se može opisati kao suvremeni model pružanja knjižničnih usluga i način na

koji se te usluge dostavljaju korisnicima. (Vrana i Kovačević, 2019, str. 51) Ovaj koncept se temelji na interaktivnosti i participaciji korisnika u stvaranju sadržaja, što predstavlja promjenu u tradicionalnom odnosu između knjižnice i korisnika. Unutar koncepta knjižnice 2.0, korisnici nisu tek pasivni konzumenti informacija, već preuzimaju aktivnu ulogu kao kreatori i distributeri sadržaja. To znači da knjižničari ne samo da pružaju pristup informacijama, već i potiču korisnike da sudjeluju u stvaranju novih sadržaja, komentiraju postojeće, te aktivno sudjeluju u zajedničkim projektima.

Za razvoj poslovnih strategija knjižnica i uspješno izvođenje poslovnih aktivnosti, ključno je provoditi istraživanja korisnika koja će omogućiti korisnicima da procijene knjižnične usluge i proizvode. (Vrana i Kovačević, 2013, str. 29) Štoviše, da bi knjižnice napredovale, promovirale svoj rad i ojačale svoj društveni utjecaj te izbjegle zatvaranje, ključno je redovito provoditi istraživanja korisnika i njihovo zadovoljstvo kvalitetom knjižničnih usluga (Kovačević i Vrana, 2014) Kvaliteta knjižničnih usluga ocjenjuje se prema nekoliko ključnih kategorija važnih korisnicima: sadržaj, kontekst, učinak i očekivanja. Sadržaj, koji uključuje građu i usluge, predstavlja osnovne razloge posjeta korisnika knjižnici. Kontekst obuhvaća iskustvo korištenja prostora, kataloga, interakciju s osobljem, kao i navigaciju kroz prostor ili knjižnični sustav. Iskustvo korisnika, dakle kontekst, značajno utječe na njihovo mišljenje i stavove o knjižnici, bilo pozitivno ili negativno. (Mihalić, 2011, str. 41) Kroz analizu ključnih kategorija važnih korisnicima - sadržaja, konteksta, učinka i očekivanja - jasno je da kvaliteta knjižničnih usluga nije samo pitanje pružanja građe i usluga, već i stvaranje pozitivnog i korisnički orijentiranog iskustva koje oblikuje percepciju i odnos korisnika prema knjižnici.

Kao jedan od alata za vrednovanje usluga knjižnica, ističe se skala SERVQUAL. SERVQUAL obuhvaća 22 elementa podijeljena u 5 dimenzija, a to su: otopljivi elementi kao što su fizički prostor, oprema i izgled osoblja; pouzdanost koja se odnosi na sposobnost pružanja usluga pouzdano i točno; reagiranje, što uključuje volju za pomoći korisnicima i pružanje brze usluge; uvjerljivost, obuhvaća znanje i ljubaznost zaposlenika te njihovu sposobnost da inspiriraju povjerenje; te sućut, koja se odnosi na brigu i individualiziranu pažnju koju ustanova pokazuje prema svojim korisnicima. (Kovačević i Vrana, 2014, str. 140) Na temelju, SERVQUAL-a, nastao je LIBQUAL+, najčešće korišten alat za vrednovanje kvalitete usluga knjižnice. Radi se o upitniku s 22 elementa u 3 kategorije, u koje spadaju: utjecaj usluga, knjižnica kao mjesto i nadzor informacija.

Većina knjižnica pokušava procijeniti mišljenje svojih korisnika o uslugama koje pružaju. To se obično radi putem anketa koje se dijele ili šalju slučajnom uzorku korisnika ili putem ankete na web stranici knjižnice. Ostale metode koje se koriste su fokus grupe ili osobni razgovori s korisnicima. (Poll i Boekhorst, 2007, str. 105) Uzimajući u obzir sve navedene aspekte i alate za vrednovanje usluga knjižnica, jasno je da je kontinuirano istraživanje i praćenje zadovoljstva korisnika od vitalne važnosti za daljnji razvoj knjižničnih

usluga. Istraživanje zadovoljstva ne samo da omogućuje knjižnicama da bolje razumiju potrebe i preferencije svojih korisnika, već im također pruža konkretne podatke za donošenje informiranih odluka o prioritetima i usmjeravanju razvoja svojih usluga. Kroz kontinuiranu analizu i prilagodbu, knjižnice mogu ostati relevantne i korisne u promjenjivom društvenom i tehnološkom okruženju.

## **5. Istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Marka Marulića Split**

### **5.1 O Gradskoj knjižnici Marka Marulića Split**

Gradska knjižnica Marka Marulića Split (GKMM) suvremeno je organizirana mreža narodnih knjižnica i najveća narodna knjižnica u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Obavlja i funkciju matične knjižnice za narodne i školske knjižnice na području Splitsko – dalmatinske županije. Osnovana je 1951. pod nazivom Posudbena biblioteka, a današnje ime dobila je 1993. godine po poznatom splitskom humanistu, pjesniku, prozaistu, prevoditelju europskog i svjetskog ugleda Marku Maruliću (1450.- 1524). (Pecotić, 2009) Izrasla je u jednu od najsuvremenijih narodnih knjižnica u Hrvatskoj, a trenutno djeluje kroz mrežu od 12 ogranaka raspoređenih širom grada Splita kao i kroz županijsku bibliobusnu službu koja je osnovana 2023. godine. Prema Izvješću o radu GKMM-a iz 2022. broj aktivnih korisnika iznosio je 21528, a ukupan broj posudbi 358.072.

GKMM pruža raznolike usluge svojim korisnicima, što uključuje posudbu knjižnične građe, pružanje informacijskih usluga, pristup različitim vrstama medijima, virtualnim izvorima, kao i mogućnost korištenja interneta i baza podataka. Kroz raznolike obrazovne programe, potiče cjeloživotno učenje različitih skupina korisnika. U sklopu svojih aktivnosti, GKMM organizira i programe poticanja čitanja, predavanja, radionice informacijske i medijske pismenosti te kulturne i edukacijske programe i događanja. Predstavljanja knjiga i njihovih autora, obilježavanje značajnih obljetnica, organizacija tribina, koncerata i izložbi samo su neki od mnogobrojnih programa koje knjižnica nudi svojim članovima i posjetiteljima. GKMM također pruža ugodno okruženje za boravak i druženje, a svojim bogatim djelokrugom rada ima značajnu ulogu u kulturnom životu grada Splita.

### **5.2 Ciljevi istraživanja i hipoteze**

Ovo istraživanje ima za cilj ocijeniti razinu zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Marka Marulića Split kao i saznati koliko su korisnici zadovoljni pojedinim uslugama i aktivnostima, razloge i učestalost njihovog dolaska, učestalost korištenja pojedinih usluga te što vide kao prostor za poboljšanje knjižničnih usluga.

Drugim riječima, tri su specifična cilja:

1. Identificirati specifične razloge dolaženja i učestalost korištenja usluga GKMM

2. Procijeniti zadovoljstvo uslugama te sadržajima i aktivnostima koje GKMM nudi,
3. Doznati prijedloge korisnika za poboljšanje rada GKMM

Hipoteze ovog istraživanja su sljedeće:

1. Većina korisnika izrazit će visoku razinu zadovoljstva uslugama, sadržajima i aktivnostima koje nudi Gradska knjižnica Marka Marulića Split.
2. Glavni razlog dolaska u knjižnicu je posudba knjiga.
3. Korisnici više ne posuđuju multimedijalnu građu, kao što su CD-ovi i DVD-ovi.

### **5.3 Instrument i metodologija**

Za provedbu istraživanja zadovoljstva korisnika odabrana je metoda anketnog ispitivanja. Na temelju ciljeva istraživanja i hipoteze, napravljen je anketni upitnik (Prilog 1) namijenjen korisnicima Gradske knjižnice Marka Marulića Split starijima od 18 godina. Istraživanje se provodilo putem online upitnika koji je objavljen na Facebook stranici knjižnice, a podaci su se prikupljali od 8. prosinca 2023. do 28. siječnja 2024. Anketu je ispunilo 88 ispitanika.

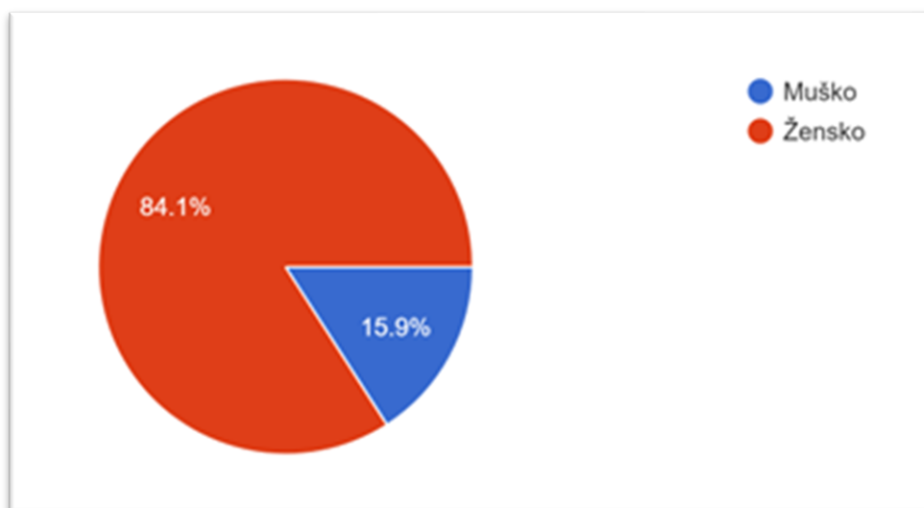
Anketa obuhvaća ukupno 16 pitanja, od kojih je 15 zatvorenog tipa, dok je zadnje pitanje otvorenog tipa. Prva četiri pitanja istraživala su socio-demografske informacije, dok su sljedeća tri pitanja bila vezana uz trajanje članstva, učestalost posjeta knjižnici i razloge dolaska u istu. Sljedeće pitanje obuhvaćalo je načine informiranja o uslugama i programima, a zatim su se dva pitanja odnosila na usluge i aktivnosti GKMM gdje su ispitanici višestrukim izborom morali ocijeniti učestalost korištenja pojedine usluge kao i zadovoljstvo pojedinačnom uslugom ili programom te materijalne i prostorne resurse Knjižnice. Nakon toga slijedilo je pitanje vezano uz lakoću pronalaska sadržaja na novoj web stranici Knjižnice. Nadalje, slijedila su dva pitanja vezana uz korištenje Kataloga GKMM-a. Pitanjem pod brojem 14 željelo se ispitati što bi korisnici promijenili u dosadašnjem načinu rada Knjižnice, a pitanje je nudilo mogućnost višestrukog izbora. Pod predzadnjim pitanjem ispitanici su ocjenjivali općeniti stupanj zadovoljstva Knjižnicom. Zadnje pitanje bilo je otvorenog tipa, a ispitanici su mogli napisati svoje prijedloge poboljšanja rada, usluga i programa GKMM-a.

## 5.4 Rezultati

Na temelju provedenog istraživanja u razdoblju od 8. prosinca 2023. do 27. siječnja 2024., dobiveni su rezultati na temelju anketnog upitnika kojeg je ispunilo 88 ispitanika putem online obrasca. U nastavku slijede rezultati popraćeni grafičkim prikazima.

### 5.4.1 Spol

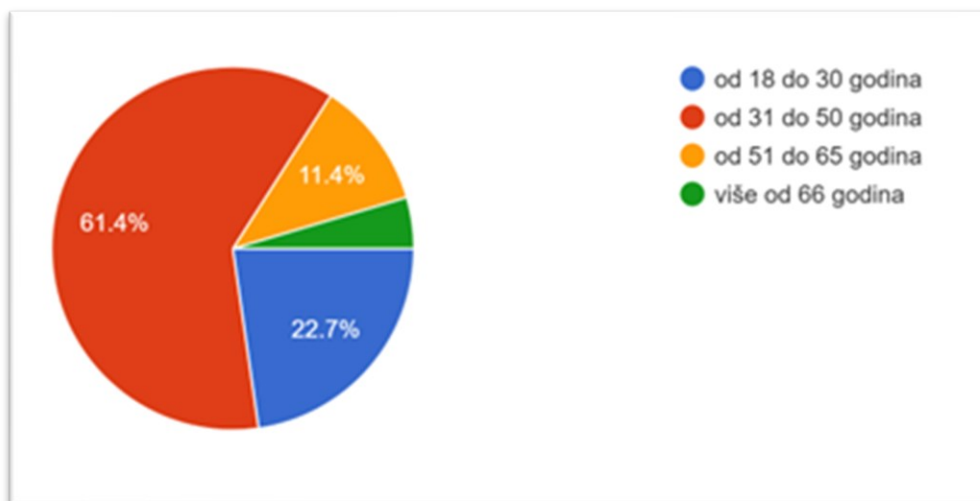
Prvo pitanje odnosilo se na spol ispitanika. U istraživanju su sudjelovale 44 osobe ženskog spola (84.1 %) i 14 osoba muškog spola (15.9 %). Iz grafikona je jasno vidljivo da je sudjelovalo više osoba ženskog spola.



**Grafikon 1** Prikaz ispitanika po spolu

### 5.4.2 Dob

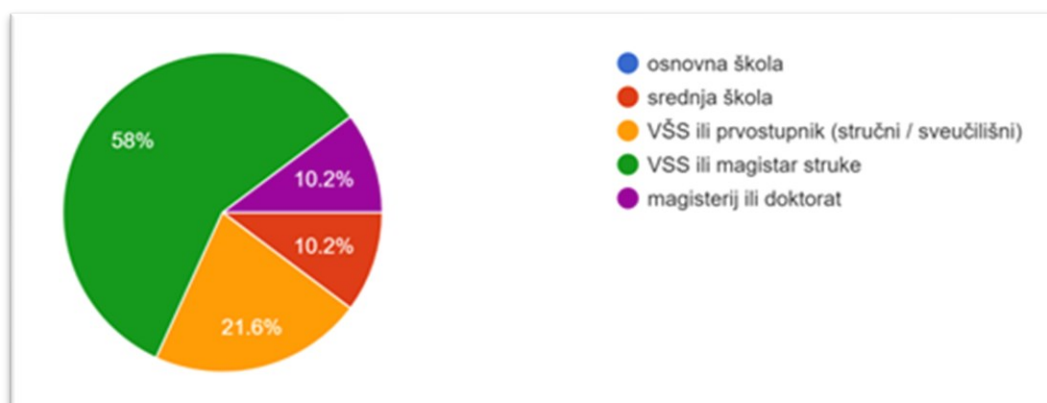
Drugo pitanje odnosilo se na dob ispitanika. Anketa je bila namijenjena korisnicima starijima od 18 godina. Ponuđene su bile 4 dobne skupine. U prvoj skupini, od 18 do 30 godina, bilo je 20 ispitanika (22.7 %). U drugoj skupini, od 31 do 50 godina, bilo je 54 osobe (61.4 %), a u trećoj skupini, od 51 do 65 godina, bilo je 10 ispitanika (11.4 %), dok je u četvrtoj skupini, koju su popunile osobe starije od 66 godina bilo samo 4 (4.5 %). Iz grafikona je vidljivo da je najviše ispitanika iz druge skupine tj. najviše je osoba u dobi od 31 do 50 godina ispunilo anketu.



**Grafikon 2** Prikaz ispitanika po dobi

#### 5.4.3. Najviši završeni stupanj obrazovanja

U trećem pitanju ispitanici su morali navesti svoj najviši završeni stupanj obrazovanja. Ni jedan ispitanik nema završenu samo osnovnu školu, a srednju školu kao najviši završeni stupanj obrazovanja ima 9 ispitanika (10.2 %). Višu stručnu spremu ili prvostupničku diplomu ima 19 ispitanika (21.6 %), dok visoku stručnu spremu ima 51 ispitanik (58 %). Magisterij ili doktorat ima 9 ispitanika (10.2 %). Iz grafikona je vidljivo da je najviše ispitanika koji imaju visoku stručnu spremu ili su magistri struke.

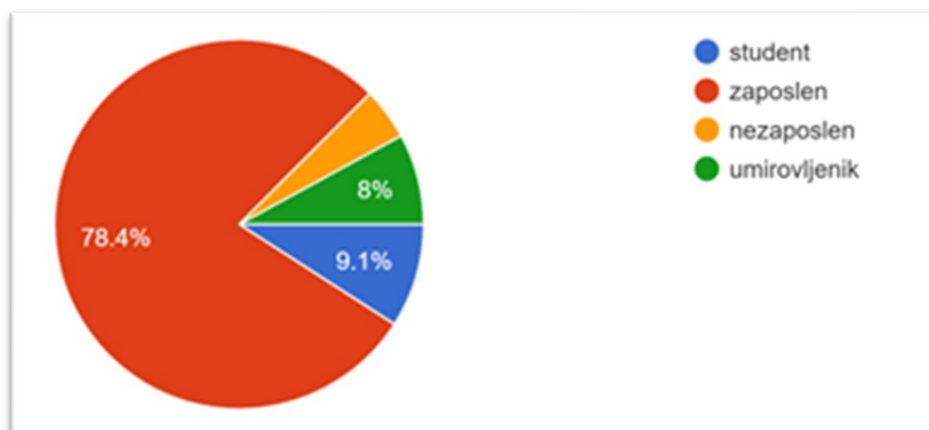


**Grafikon 3** Prikaz ispitanika po najvišem završenom stupnju obrazovanja



#### 5.4.4. Radni status

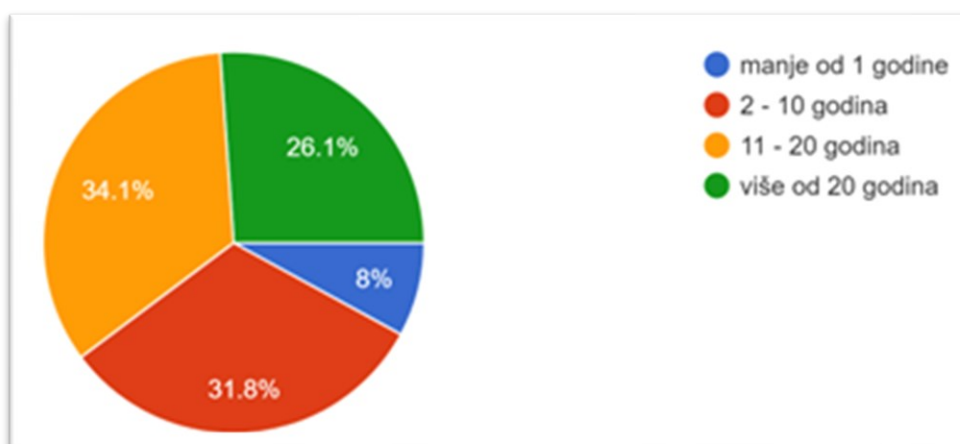
Četvrto pitanje odnosilo se na radni status ispitanika. Iz rezultata je vidljivo da je 8 (9.1 %) studentata, 69 osoba je zaposleno (78.4%), 4 (4.5 %) osobe su nezaposlene, a umirovljenika je 7 (8 %). Najviše je osoba čiji je radni status da su zaposlene ispunilo anketu.



**Grafikon 4** Prikaz radnog statusa ispitanika

#### 5.4.5 Dugogodišnjost članstva

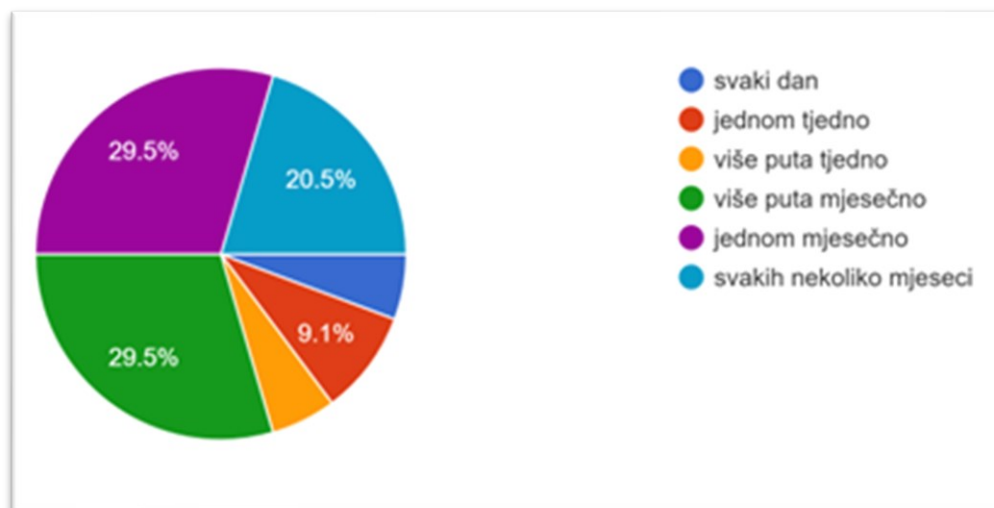
U petom pitanju korisnici su se morali izjasniti koliko su dugo članovi Gradske knjižnice Marka Marulića. 7 je ispitanika (8 %) koji su članovi Knjižnice manje od 1 godine. 28 je ispitanika (31.8 %) koji su članovi od 2-10 godina. 30 je ispitanika (34.1 %) koji su članovi od 11-20 godina, a 23 ispitanika (26.1 %) su članovi više od 20 godina. Iz grafikona je vidljivo da je najviše ispitanika koji su članovi Knjižnice od 11-20 godina.



**Grafikon 5** Prikaz dugogodišnjosti članstva u GKMM

#### 5.4.6 Učestalost posjećivanja

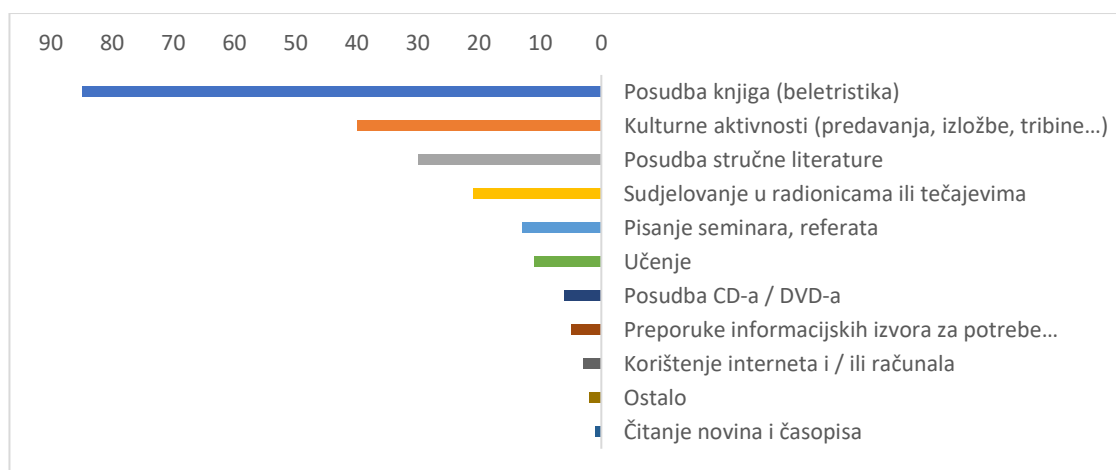
Šesto pitanje odnosilo se na učestalost posjećivanja Knjižnice. 5 ispitanika (5.7 %) posjećuje Knjižnicu svaki dan, 8 ispitanika (9.1 %) posjećuje Knjižnicu jednom tjedno, 5 ispitanika (5.7 %) je posjećuje više puta tjedno, 26 ispitanika (29.5 %) je posjećuje više puta mjesečno, 26 ispitanika (29.5 %) je posjećuje jednom mjesečno, a 18 ispitanika (20.5 %) je posjećuje svakih nekoliko mjeseci. Iz rezultata je vidljivo da je podjednak broj onih koji posjećuju knjižnicu više puta mjesečno i jednom mjesečno.



**Grafikon 6** Prikaz učestalosti posjećivanja GKMM

#### 5.4.7 Razlozi dolaska u Knjižnicu

U sedmom pitanju ispitanici su morali navesti razloge dolaska u knjižnicu, a mogli su navesti više razloga. Ispitanici u knjižnicu najčešće dolaze radi posudbe knjiga (beletristike), što je navelo 85 ispitanika (96.6 %). Zbog kulturnih aktivnosti poput predavanja, izložbi i promocija knjiga dolazi 40 ispitanika (45.5 %). Posudba stručne literature je razlog dolaska za 30 ispitanika (34.1 %). Sudjelovanje u radionicama ili tečajevima navodi 21 ispitanik (23.9 %). Pisanje seminara i referata je razlog dolaska za 13 ispitanika (14.8 %), dok zbog učenja dolazi 11 ispitanika (12.5 %). Manji broj ispitanika dolazi radi preporuke informacijskih izvora za potrebe školovanja (5 ispitanika - 5.7 %) i posudbe CD-a ili DVD-a (6 ispitanika - 6.8 %). Kao razlog dolaska korištenje interneta/računala navelo je samo 3 ispitanika (3.4 %). Ostali razlozi dolaska u knjižnicu, poput sudjelovanja u književnim klubovima i posudbe slikovnica za djecu, navedeni su od strane 2 ispitanika (2.3 %). Čitanje novina i časopisa samo 1 osoba (1.1 %) je navela kao razlog dolaska u knjižnicu. Sljedeći grafikon prikazuje razloge dolaska u knjižnicu, od najčešćih prema najrjeđim:

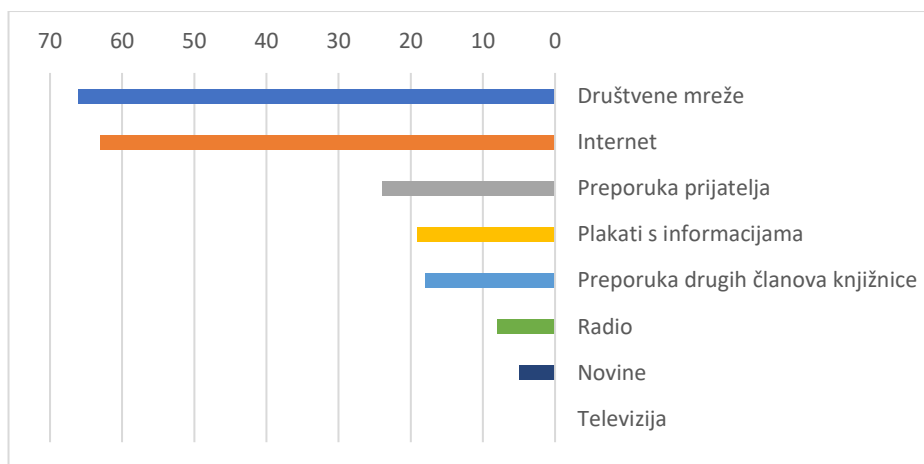


**Grafikon 7** Razlozi dolaska u GKMM

#### 5.4.8 Načini saznavanja o aktivnostima u Knjižnici

U osmom pitanju ispitanici su morali odgovoriti na koji način saznaju o aktivnostima u Gradskoj knjižnici Marka Marulića te su mogli odabrati više odgovora. Najčešći način saznavanja o aktivnostima u Gradskoj knjižnici Marka Marulića je putem društvenih mreža, što je navelo čak 66 ispitanika (75 %). Nakon toga, Internet je također vrlo popularan kanal, budući da je 63 ispitanika (71.6 %) izabralo tu opciju. Preporuka prijatelja također igra važnu ulogu, s 24 osobe (27.3 %). Plakati s informacijama su također čest način saznavanja o aktivnostima u GKMM, navelo je 19 ispitanika (21.6 %), kao i preporuke drugih članova knjižnice što navodi 18 ispitanika (20.5 %). Preko radija informacije saznaje samo 7 ispitanika (8 %), dok iz novina informacije o aktivnostima saznaje 5 ispitanika (5.7 %). Najrjeđi način saznavanja je putem televizije, sa samo 2 ispitanika (2.3 %) koji se oslanjaju na taj kanal.

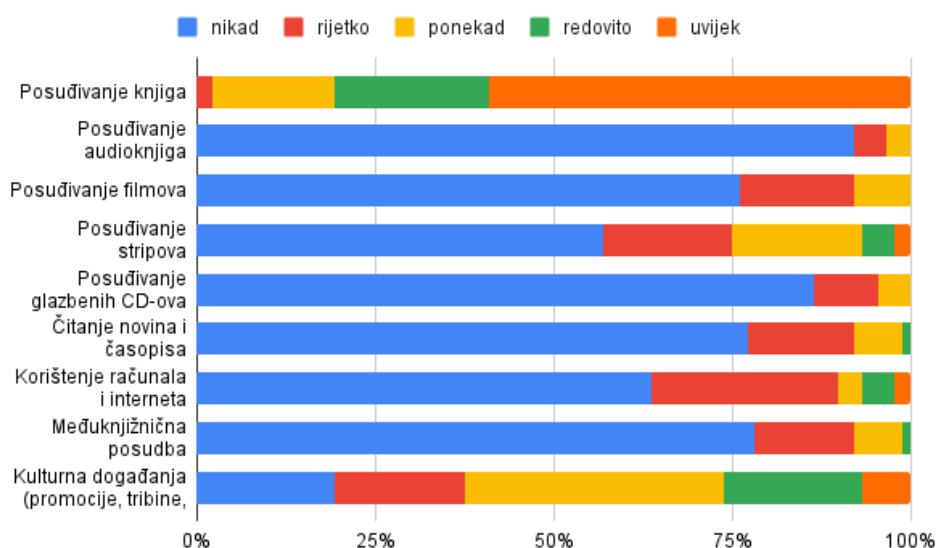
Sljedeći grafikon prikazuje načine saznavanja o aktivnostima u GKMM, od onih najčešćih načina prema najrjeđima:



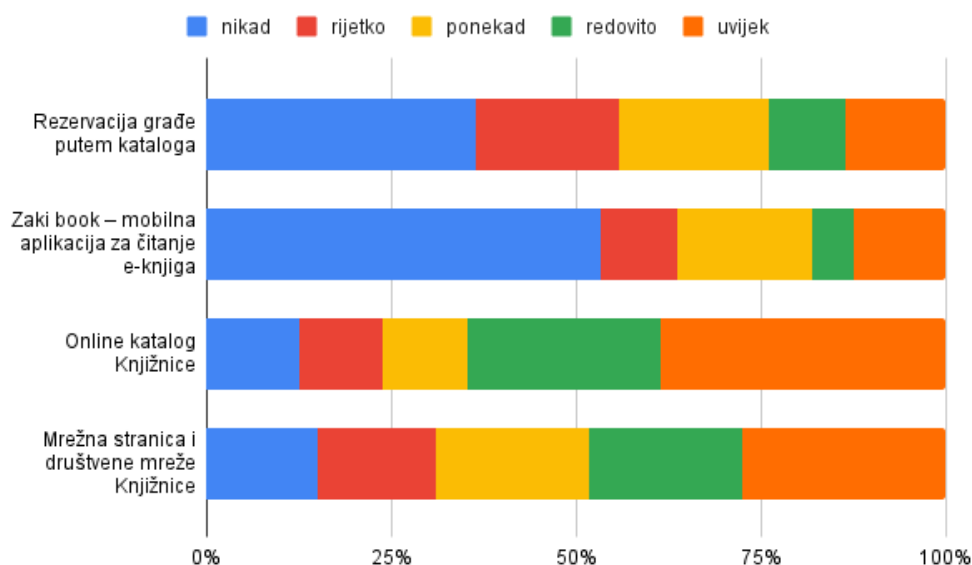
**Grafikon 8** Načini saznavanja o aktivnostima GKMM

#### 5.4.9 Učestalost korištenja pojedinih usluga

U devetom pitanju, ispitanici su trebali odgovoriti koliko često koriste pojedinu uslugu knjižnice, a odgovore su morali označiti na skali učestalosti (nikad, rijetko, ponekad, redovito, uvijek). Sljedeća dva grafikona prikazuju Likertovu skalu učestalosti korištenja tradicionalnih knjižničnih usluga te online usluga i digitalnog sadržaja:



**Grafikon 9** Učestalost korištenja tradicionalnih knjižničnih usluga



**Grafikon 10** Učestalost korištenja online usluga i digitalnog sadržaja

Ni jedan ispitanik nije odgovorio da se nikada ne koristi uslugom posudbe knjiga, 2 ispitanika se rijetko koristi uslugom, 15 ispitanika je odgovorilo da se ponekad koriste uslugom, 19 ispitanika redovito posuđuje knjige, a 52 ispitanika ih uvijek posuđuju.

81 ispitanik odgovorio je da nikada ne posuđuju audio knjige, 4 rijetko posuđuju, a 3 ponekad.

67 ispitanika odgovorilo je da nikada ne posuđuju filmove, 14 je odgovorilo da rijetko posuđuju, a 7 ponekad.

Stripove nikad ne posuđuje 50 ispitanika, 16 ih posuđuje rijetko, također 16 ih posuđuje ponekad, 4 redovito, a 2 uvijek.

Glazbene CD-ove nikada ne posuđuje 76 ispitanika, 8 rijetko, a 4 ponekad.

68 ispitanika se izjasnilo da nikada ne čitaju novine i časopise, 13 rijetko, 6 ponekad, 1 redovito.

Računalo i internet ne koristi 56 ispitanika, 23 koristi rijetko, 3 ponekad, 4 redovito, 2 uvijek.

Međuknjižničnu posudbu ne koristi nikad 68 ispitanika, 12 rijetko, 6 ponekad, a 1 redovito.

Što se tiče kulturnih događanja kao što su promocije, tribine, predavanja, radionice i izložbe, 17 ispitanika je odgovorilo da nikada ne dolaze na njih, 16 da dolazi rijetko, 32 ponekad, 17 dolazi redovito, a 6 uvijek.

Uslugu rezervacije građe putem kataloga nikada ne koristi 32 ispitanika, 17 rijetko, 18 ponekad, 9 redovito, a 12 ispitanika tu uslugu koristi redovito.

Zaki book (mobilnu aplikaciju za čitanje e-knjiga) ne koristi nikada 47 ispitanika, 9 ju koristi rijetko, 16 ponekad, 5 redovito, a 11 ispitanika je koristi uvijek.

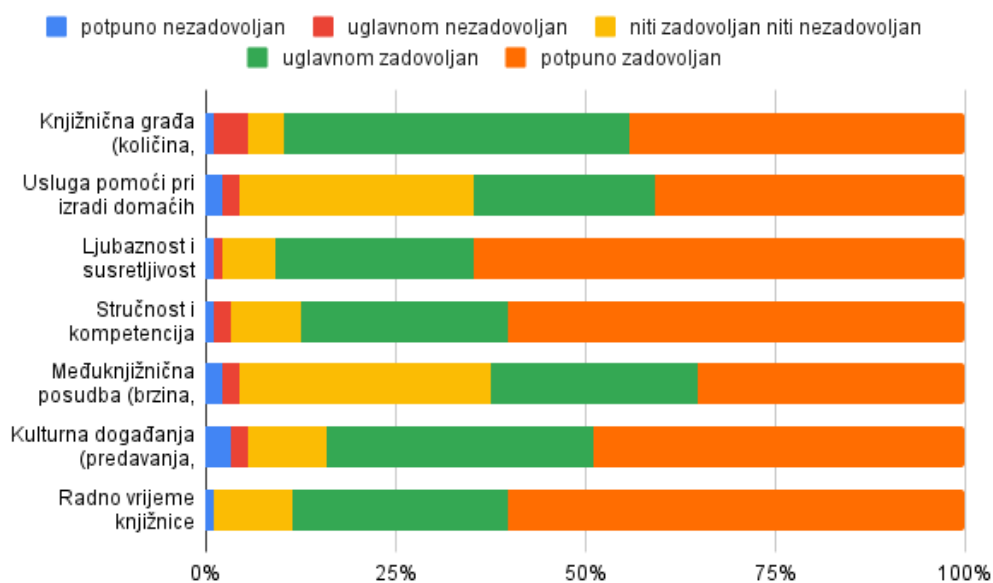
Što se tiče online kataloga Knjižnice, 11 ispitanika je odgovorilo da ga nikada ne koristi, 10 da ga rijetko koristi, 10 ga koristi ponekad, 23 redovito a 34 ispitanika ga koriste uvijek.

Mrežnu stranicu Knjižnice kao i njene društvene mreže 13 ispitanika ne koristi nikada, 13 rijetko, 18 ponekad, 18 redovito i 24 ispitanika uvijek.

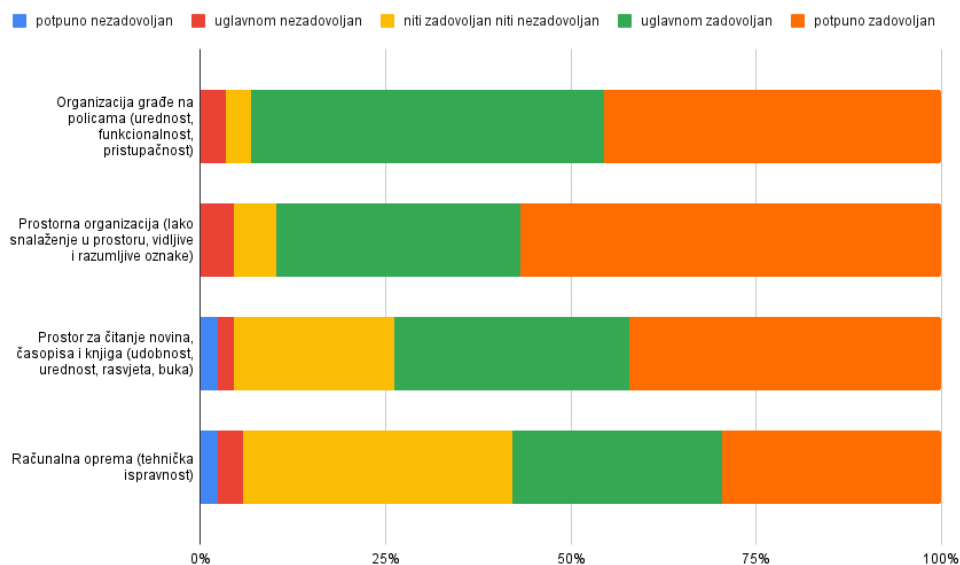
Kao što je očekivano, većina korisnika Knjižnicu koristi radi posudbe knjiga. Iz rezultata je vidljivo da se zvučne knjige, filmovi i glazbeni CD-ovi ne posuđuju. Rezultati također pokazuju da većina korisnika ne čita stripove, ne dolaze u Knjižnicu zbog novina i časopisa te ne koriste računala i Internet u Knjižnici. Većina korisnika ne koristi uslugu međuknjižične posudbe. Na kulturna događanja većina ispitanika dolazi ponekad. Uslugu rezervacije građe putem Kataloga većina ispitanika ne koristi nikada kao ni Zaki book, aplikaciju za online čitanje knjiga. Online katalog, mrežne stranice i društvene medije većina korisnika koristi uvijek što je odličan znak.

#### 5.4.10 Zadovoljstvo određenom uslugom / aktivnošću

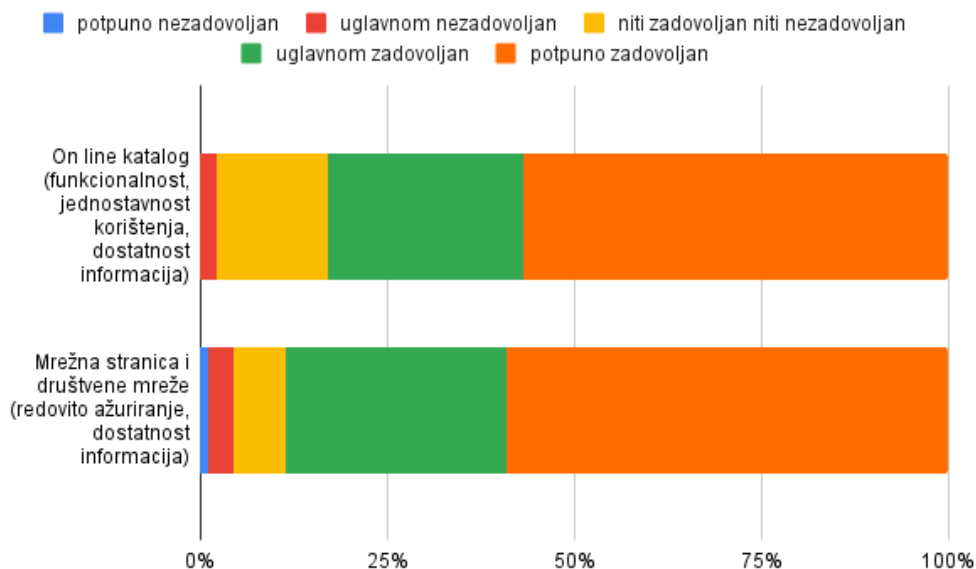
U desetom pitanju, ispitanici su morali na Likertovoj skali od 1 (potpuno nezadovoljan) do 5 (potpuno zadovoljan) ocijeniti koliko su zadovoljni određenom uslugom ili aktivnošću GKMM. Sljedeći grafikoni prikazuju zadovoljstvo ispitanika uslugama i aktivnostima GKMM, fizičkim aspektima Knjižnice te zadovoljstvo online uslugama i digitalnim sadržajima.



**Grafikon 11** Zadovoljstvo uslugama i aktivnostima GKMM



**Grafikon 12** Zadovoljstvo fizičkim aspektima Knjižnice



**Grafikon 13** Zadovoljstvo online uslugama i digitalnim sadržajima Knjižnice

Što se tiče knjižnične građe i njene količine, dostatnosti, pokrivenosti područja i dostupnosti, 1 ispitanik je odgovorio da je potpuno nezadovoljan, 4 su uglavnom nezadovoljna, 4 su odgovorila da nisu niti zadovoljni niti nezadovoljni, 40 je odgovorilo da su uglavnom zadovoljni, a 39 da su potpuno zadovoljni.

Što se tiče usluge pomoći pri pisanju domaćih zadaća, referata, seminara, 2 je potpuno nezadovoljno, 2 je uglavnom nezadovoljno, 27 nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 21 je uglavnom zadovoljan, a 36 ispitanika je potpuno zadovoljno.

S ljubaznošću i susretljivošću knjižničara 1 osoba je potpuno nezadovoljna, 1 je uglavnom nezadovoljna, 6 nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 23 je uglavnom zadovoljno, a 57 ispitanika je potpuno zadovoljno.

Sa stručnošću i kompetencijom knjižničara 1 osoba je potpuno nezadovoljna, 2 su uglavnom nezadovoljne, 8 nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 24 osobe su uglavnom zadovoljne, a 53 su potpuno zadovoljne.

S međuknjižničnom posudbom 2 osobe su potpuno nezadovoljne, 2 uglavnom nezadovoljne, 29 nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 24 su uglavnom zadovoljne, a 31 je potpuno zadovoljna.

3 osobe su potpuno nezadovoljne kulturnim događanjima, 2 uglavnom nezadovoljne, 9 nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 31 osoba je uglavnom zadovoljna, a 43 su potpuno zadovoljne.

S radnim vremenom knjižnice 1 osoba je potpuno nezadovoljno, nitko nije uglavnom nezadovoljan, 9 je niti zadovoljno niti nezadovoljno, 25 je uglavnom zadovoljno, a 53 ispitanika su potpuno zadovoljna.

Ni jedan ispitanik nije potpuno nezadovoljan organizacijom građe na policama, 3 su uglavnom nezadovoljna, također 3 nisu niti zadovoljna niti nezadovoljna, 42 su uglavnom zadovoljna, a 40 ih je potpuno zadovoljno.

Nitko nije potpuno nezadovoljan prostornom organizacijom, 4 je uglavnom nezadovoljno, 5 nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 29 je uglavnom zadovoljno, 50 je potpuno zadovoljno.

S prostorom za čitanje novina, časopisa i knjiga 2 osobe su potpuno nezadovoljne, 2 su uglavnom nezadovoljne, 19 nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 28 je uglavnom zadovoljno, a 37 ispitanika je potpuno zadovoljno.

Što se tiče računalne opreme i njene tehničke ispravnosti, 2 osobe su potpuno nezadovoljne, 3 su uglavnom nezadovoljne, 32 nisu niti zadovoljne niti nezadovoljne, 25 je uglavnom zadovoljno, a 26 je potpuno zadovoljno.

S online katalogom Knjižnice i njegovom funkcionalnošću, jednostavnošću korištenja i dostatnosti informacija nitko nije potpuno nezadovoljan, 2 ispitanika su uglavnom nezadovoljna, 13 nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 23 je uglavnom zadovoljno, 50 je potpuno zadovoljno.

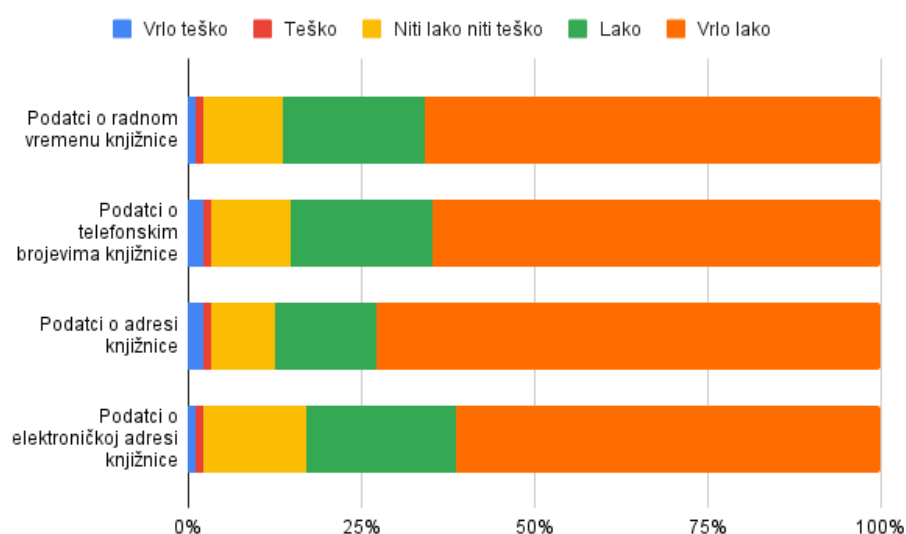


S mrežnom stranicom i društvenim mrežama tj. s njihovim ažuriranjem i dostatnosti informacija jedna osoba je potpuno nezadovoljna, 3 su uglavnom nezadovoljne, 6 nije niti zadovoljno niti nezadovoljno, 26 je uglavnom zadovoljno, dok je 56 potpuno zadovoljno.

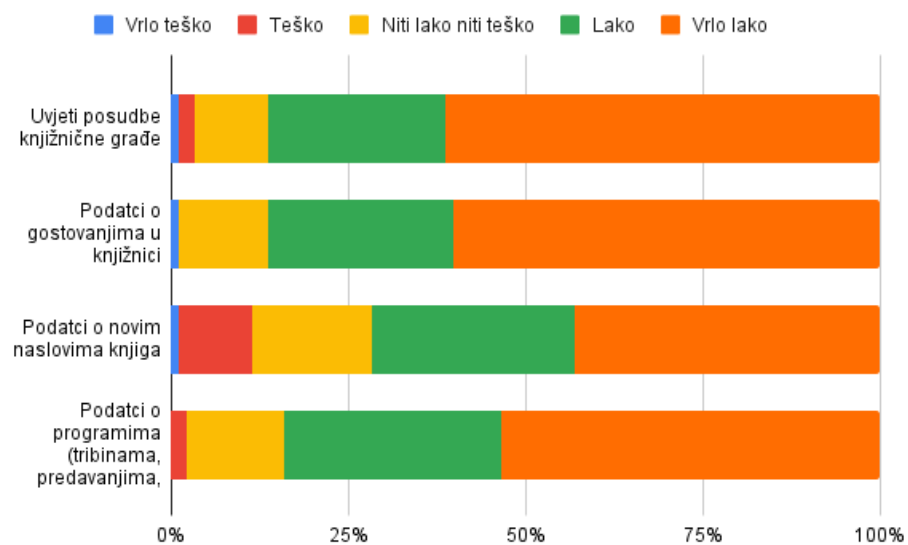
Iz rezultata se može zaključiti da su ispitanici uglavnom ili potpuno zadovoljni uslugama i aktivnostima GKMM, što je ohrabrujuć rezultat. No, vidljivo je da je dio ispitanika označio uslugu pomoći pri izradi referata i seminara, međuknjižničnu posudbu, prostor za čitanja novina, časopisa i knjiga, računalnu opremu te katalog GKMM s rubrikom „niti zadovoljan niti nezadovoljan“ što znači da na navedenim područjima postoji prostor za poboljšanje u budućnosti.

#### 5.4.11. Lakoća pronalaska sadržaja na mrežnoj stranici

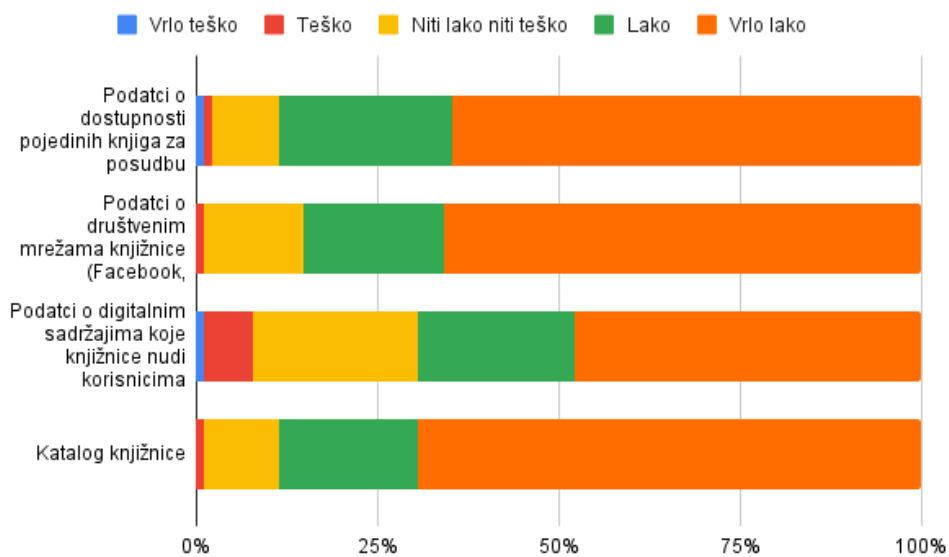
Zbog složene navigacije i nedostatka preglednosti stare mrežne stranice, GKMM je angažirala tvrtku Continium Labs kako bi kreirala novu web stranicu s ciljem poboljšanja korisničkog iskustva prilikom interakcije s fondom i uslugama Knjižnice. Uz promjenu vizualnog identiteta, implementirane su različite funkcionalnosti s naglaskom na bolju vidljivost i dostupnost informacija o knjižnici te olakšanu navigaciju na web stranici. U 11. pitanju željelo se saznati koliko je korisnicima sada lakše navigirati na novoj mrežnoj stranici te pronalaziti određene sadržaje. Sljedeća tri grafikona prikazuju rezultate, a odgovori su grupirani prema kategorijama: lakoća pronalaska osnovnih informacija o GKMM na mrežnoj stranici, lakoća pronalaska informacija o knjižničnim uslugama i aktivnostima te lakoća pronalaska digitalnih sadržaja i interaktivnih funkcija.



**Grafikon 14** Lakoća pronalaska osnovnih informacija o GKMM na mrežnoj stranici



**Grafikon 15** Lakoća pronalaska informacija o knjižničnim uslugama i aktivnostima na mrežnoj stranici



**Grafikon 16** Lakoća pronaska digitalnih sadržaja i interaktivnih funkcija na mrežnoj stranici

Podatak o radnom vremenu Knjižnice 1 osoba pronalazi vrlo teško, 1 teško, 10 niti lako niti teško, 18 lako, a 58 vrlo lako.

Podatak o telefonskim brojevima knjižnice 2 osobe pronalaze vrlo teško, 1 teško, 10 niti lako niti teško, 18 lako, a 57 vrlo lako.

Podatke o adresi Knjižnice 2 ispitaanika pronalaze vrlo teško, 1 teško, 8 niti lako niti teško, 13 lako, a 64 vrlo lako.

Podatke o elektroničkoj adresi Knjižnice 1 ispitanik pronalazi vrlo teško, 1 teško, 13 niti lako niti teško, 19 lako, a 54 vrlo lako.

Uvjete posudbe knjižnične građe 1 ispitanik pronalazi teško, 2 vrlo teško, 9 niti lako niti teško, 22 lako, a 54 vrlo lako.

Podatke o gostovanjima u knjižici 1 ispitanik pronalazi vrlo teško, ni jedan ispitanik nije odgovorio da mu je teško, 11 ih je odgovorilo da im nije niti lako niiti teško, 23 da im je lako, a 53 da im je vrlo lako.

Podatke o novim naslovima 1 ispitanik pronalazi vrlo teško, 9 teško, 15 niti lako niti teško, 25 lako, a 38 vrlo lako.

Ni jedan ispitanik nije odgovorio da mu je vrlo teško pronaći podatke o kulturnim programima na mrežnoj stranici, kao što su predavanja, tribine, izložbe, 2 ispitanika su odgovorila da im je teško, 12 da im nije niti lako niti teško, 27 da im je lako, a 47 da im je vrlo lako.

1 je ispitanik odgovorio da mu je vrlo teško pronaći podatke o dostupnosti pojedinih knjiga za posudbu, 1 da mu je teško, 8 je odgovorilo da im nije niti lako niti teško, 21 lako, a 57 ispitanika je odgovorilo da im je vrlo lako pronaći taj podatak.

Ni jedan ispitanik nije odgovorio da mu je vrlo teško pronaći podatke o društvenim mrežama Knjižnice, 1 je odgovorio da mu je teško, 12 da im nije niti lako niti teško, 17 da im je lako, a 58 da im je vrlo lako.

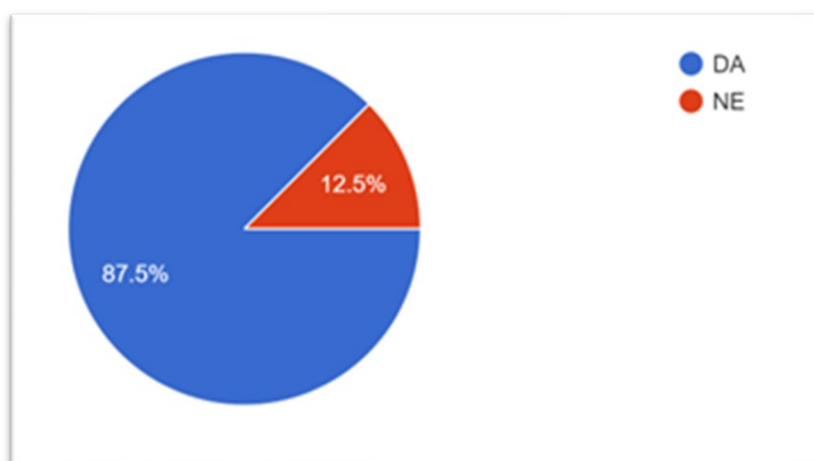
Podatke o digitalnim sadržajima koje Knjižnica nudi korisnicima 1 ispitanik je odgovorio da mu je vrlo teško pronaći, 6 da im je teško, 20 da im nije niti lako niti teško, 19 da im je lako, a 47 da im je vrlo lako.

Ni jedan ispitanik nije odgovorio da mu je vrlo teško pronaći Katalog knjižnice na mrežnoj stranici, 1 je odgovorio da mu je teško, 9 da im nije niti lako niti teško, 17 da im je lako, a 61 da im je vrlo lako pronaći Katalog na mrežnoj stranici.

Iz tablice je vidljivo da većinu sadržaja i funkcionalnosti nove mrežne stranice korisnici pronalaze s velikom lakoćom, no prostor za poboljšanje na mrežnoj stranici svakako je vidljivost novih naslova knjiga koje Knjižnice nudi kao i njenih digitalnih sadržaja.

#### 5.4.12 Korištenje kataloga GKMM

U 12. pitanju ispitanici su trebali odgovoriti koriste li Katalog GKMM. 77 ispitanika (87.5%) je odgovorilo da koriste Katalog GKMM, a 11 ispitanika (12.5%) je odgovorilo da ne koriste Katalog. Iz grafikona je vidljivo da većina korisnika koristi knjižnični katalog.



**Grafikon 17** Učestalost korištenja kataloga GKMM

#### 5.4.13 Razlozi ne korištenja Kataloga

U 13. pitanju ispitanici su morali navesti razloge ne korištenja knjižničnog kataloga. Odgovori su bili ponuđeni, ali su ispitanici mogli i nadopisati neki svoj razlog ne korištenja. U prethodnom pitanju 11 ispitanika je izjavilo da ga uopće ne koristi. U ovom pitanju izjasnilo se 13 ispitanika, ali 3 ispitanika su navela da ga koriste, tako da je potrebno uzeti u obzir odgovore ostalih 10 ispitanika.

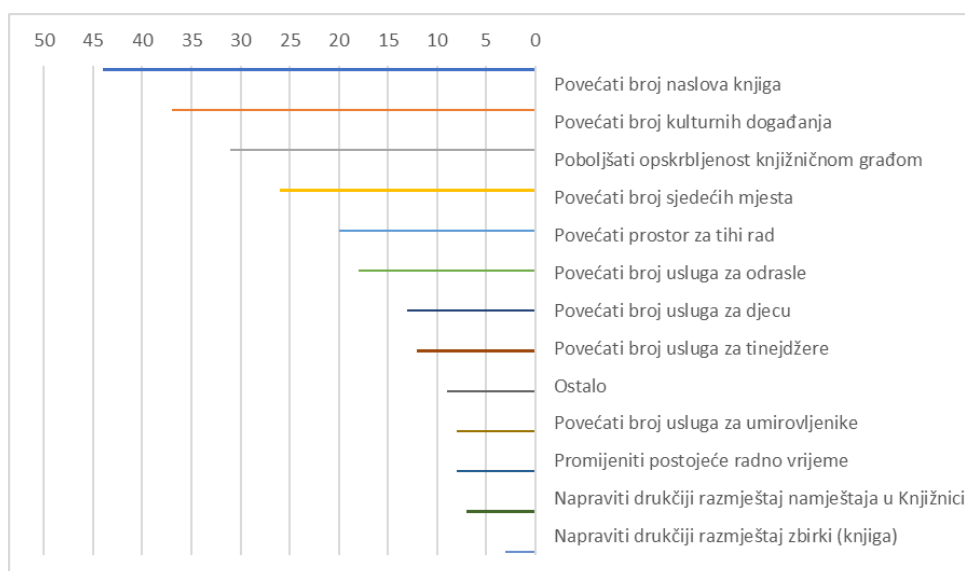


**Grafikon 18** Razlozi ne korištenja Kataloga GKMM

5 ispitanika (38.5%) se izjasnilo da nisu znali da postoji knjižnični katalog. 4 ispitanika (30.8%) se izjasnilo da im nije potreban jer za sve pitaju knjižničara, 1 ispitanik je odgovorio da mu nije potreban jer da nikada ne dolazi po unaprijed određeni naslov. Iz rezultata je vidljivo da većina ne zna za postojanje knjižničnog kataloga, stoga bi bilo potrebno osvijestiti nekim korisnicima postojanje Kataloga kroz radionice informacijske i knjižnične pismenosti.

#### 5.4.14 Što je potrebno promijeniti u postojećem načinu rada Knjižnice?

U 14. pitanju ispitanici su morali navesti što bi promijenili u postojećem načinu rada Knjižnice. Ponuđeni odgovori ticali su se prostornog poboljšanja knjižnice, kao i poboljšanja njenih usluga i programa. Ispitanici su mogli izabrati više ponuđenih odgovora, kao i nadopisati sami prijedlog što je potrebno promijeniti u postojećem načinu rada.



**Grafikon 19** Što je potrebno poboljšati u Knjižnici?

Najviše ispitanika, njih 44 (50%), izrazilo je želju za povećanjem broja naslova knjiga. Slijedi želja 37 ispitanika (42%) za povećanjem broja kulturnih događanja. Za poboljšanje opskrbljenosti knjižničnom građom izjasnilo se 31 ispitanik (35.2%). 26 ispitanika (29.5%) izrazilo je želju za povećanjem broja sjedećih mjesta. Nadalje, 20 ispitanika (22.7%) smatra da je potrebno povećati prostor za tihi rad. Što se tiče promjene postojećeg radnog vremena, samo 8 ispitanika (9.1%) to bi željeli. Za povećanje usluga za djecu izjasnilo se 13 ispitanika (14.8%), dok bi 12 ispitanika (13.6%) željelo povećanje usluga za tinejdžere. Za usluge za odrasle izjasnilo se 18 ispitanika (20.5%), a za umirovljenike samo 8 (9.1%). 7 ispitanika (8%) izrazilo je želju za drugačijim razmještajem namještaja u knjižnici, a samo 3 ispitanika (3.4%) izrazilo je želju za drugačijim razmještajem zbirke.

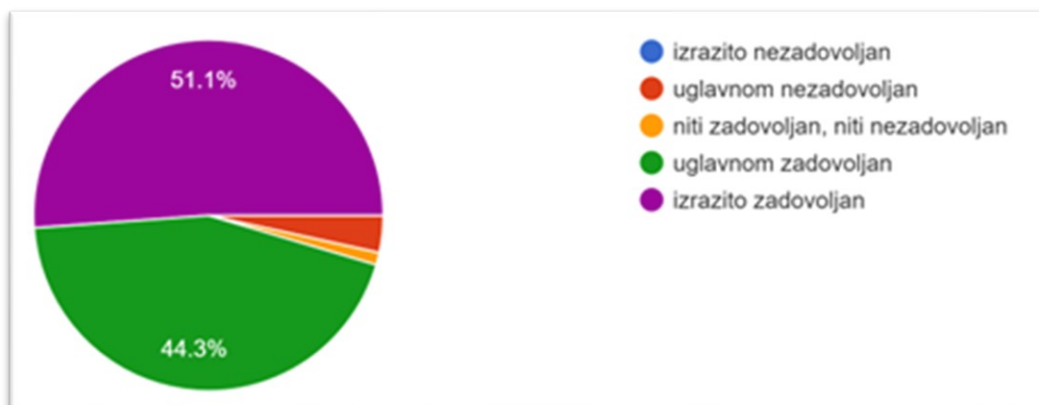
U rubrici „ostalo“, ispitanici su sami mogli dati prijedloge što bi poboljšali u postojećem načinu rada, a napisali su sljedeće:

- „Knjižničari su često namргоđeni, samo gledaju u računalo i djeluju da im se ne da raditi. Povremeno aktivnije djeluju dvije knjižničarke na dječjem odjelu.“
- „Ništa, mislim da je knjižnica izvrsna i da je rad i ljubaznost knjižničara na visokom nivou.“
- „Umrežili knjižnicu sa svjetskim knjižnicama putem aplikacija Libby, Overdrive te povećali dostupnost e-knjiga.“
- „Više e-knjiga.“
- „Nedostaju strani časopisi.“

- „Online stranice su nepregledne, koji put mi treba više vremena dok nađem informaciju koja mi treba npr. radno vrijeme za vrijeme praznika – u to vrijeme to mora biti jedan od glavnih podnaslova kad se uđe na stranicu“
- „Bolje opremanje projekcijske sale.“
- „Povećanje kvalitete sadržaja, i knjiga i gostiju.“

#### 5.4.15 Općenito zadovoljstvo uslugama GKMM

U 15. pitanju ispitanici su morali navesti koliko su općenito zadovoljni uslugama Gradske knjižnice Marka Marulića Split. Pokazalo se da ni jedna osoba nije izrazito nezadovoljna, 3 ispitanika (3.4%) su uglavnom nezadovoljna, 1 ispitanik (1%) nije niti zadovoljan niti nezadovoljan, 39 ispitanika (44.3%) je uglavnom zadovoljno, dok je 45 ispitanika (51.1%) izrazito zadovoljno. Iz grafikona je vidljivo da je većina ispitanika izrazito zadovoljna uslugama GKMM.



**Grafikon 20** Općenito zadovoljstvo uslugama

#### 5.4.16 Komentari i prijedlozi za daljni rad GKMM

16. pitanje bilo je otvorenog tipa, a ispitanici su mogli napisati komentar ili dati prijedlog poboljšanja rada Knjižnice. 88 ispitanika je napisalo komentar. Većina je napisala da nemaju komentar ili prijedlog, a primljen je i znatan broj pohvala na račun rada Knjižnice i njenih djelatnika. Ovdje ćemo navesti one odgovore ispitanika koji su dali konkretan prijedlog poboljšanja rada Knjižnice:

- Bilo bi dobro kada bi rezervacije bile na jednom mjestu i poželjno bi bilo da knjižnica ima nešto gdje bi korisnici mogli ostaviti svoj feedback

- Više radionica za djecu uvijek dobro dođe
- Poboljšati program događanja na manjim odjelima knjižnice
- Možda fali malo više knjiga na engleskom jeziku.
- Predložila bih još jedino nabavku aparata za kavu.
- Da se naslovi koji spadaju pod YA mogu posuditi i na odjelu za odrasle
- Malo duže radno vrijeme subotom
- Povezati knjižnicu sa značajnijim svjetskim knjižnicama (nypublic library, london public library, itd) u cilju posudbe e-knjiga
- Bilo bi dobro poraditi na ljubaznosti pojedinih članova osoblja
- Strani časopisi !?!
- Možda bi bilo dobro odijeliti radi li se o Središnjici ili drugim knjižnicama po kvartovima jer nije ista usluga npr. Središnjica i Meje.
- Povećala bih samo broj knjiga na stranim jezicima i to na raznim razinama. Dakle, ne samo za napredne znalce jezika već i početnike
- Učiniti online stranice preglednijima
- Gostovanja pisaca koji izlaze iz okvira Vlahe Bukovca
- Organizacija većeg broja predstavljanja knjiga i razgovora s piscima i spisateljicama
- Nabava kvalitetnijih naslova, promocija boljih knjiga i autora, viši kriteriji kod izbora i provođenja sadržaja.

Uzmemo li mišljenja korisnika iz 16. i 14. pitanja, vidljivo je da su ispitanici najviše kritični prema određenim uslugama i programima koje Knjižnica pruža, kao i prema ljubaznosti nekih djelatnika. Iz ovih odgovora vidljivo je da GKMM ima prostora za poboljšanje na različitim područjima svog poslovanja.

## 5.5 Rasprava

Na temelju prikupljenih podataka vidimo da je većina ispitanika ženskog spola tj. 44 osobe (84.1 %), dok je samo 14 osoba muškog spola (15.9 %). Razlog toga može biti što su žene sklonije ispunjavanju anketa od muškaraca. Najviše je ispitanika u dobi od 31 do 50 godina ispunilo anketu, dok je najmanje umirovljenika tj. osoba starijih od 66 godina ispunilo anketu. To bi moglo biti zato što su umirovljenici uglavnom neaktivni na društvenim mrežama ili nemaju vještine za korištenje interneta i računala, a anketa je bila dostupna samo online putem Facebook stranice Knjižnice. Čak 51 ispitanik (58%) koji je ispunjavao anketu ima visoku stručnu spremu te je većina ispitanika zaposlena (78.4%). Najviše je ispitanika koji su članovi Knjižnice



između 11 i 20 godina, a čak 23 ispitanika (26,1%) su članovi dulje od 20 godina što pokazuje dugogodišnju vjernost korisnika.

Anketa je pokazala da je podjednak broj onih koji posjećuju knjižnicu jednom mjesečno i više puta mjesečno što je dobar znak, jer ne samo da su ispitanici dugogodišnji članovi nego su i redovni korisnici. Kao primarni razlog dolaska ispitanika u Knjižnicu je posudba knjiga (beletristike i stručne literature), kulturna događanja i sudjelovanje na radionicama i tečajevima. Najmanji broj ispitanika navodi kao razlog dolaska korištenje usluge čitanja novina i časopisa te pristup računalima i internetu. Novine se danas većinom čitaju u digitalnom obliku, dok je posjedovanje računala i Interneta postalo najnormalniji dio svakog kućanstva.

Kao glavni kanal komunikacije preko kojeg ispitanici saznaju o aktivnostima GKMM su društvene mreže i Internet općenito, a najmanje saznaju o aktivnostima preko televizije. Ovaj rezultat je i očekivan jer GKMM sva događanja promovira preko društvenih mreža, dok je rjeđi slučaj promoviranje događanja preko televizije.

U pitanju vezanom uz učestalost korištenja određenih usluga GKMM, kao što je i očekivano, većina korisnika najčešće Knjižnicu koristi radi posudbe knjiga. Rezultati pokazuju da se zvučne knjige, filmovi i glazbeni CD-ovi ne posuđuju. Zbog naglog napretka tehnologije i sve više online streaming servisa, ljudi više ne posuđuju CD-ove i DVD-ove, pa možemo reći da ti mediji izumiru. U posljednjih nekoliko godina, zahvaljujući online streaming servisima, većina ljudi sluša glazbu i gleda filmove preko interneta. Rezultati također pokazuju da većina korisnika ne čita stripove, ne dolaze u Knjižnicu zbog novina i časopisa te ne koriste računala i Internet u Knjižnici. Novine se u današnja doba većinom čitaju online, a računalo i Internet više nisu luksuz, već su postali najnormalniji dio svakog kućanstva. Stripovi očigledno imaju sve manju popularnost među korisnicima.

Što se tiče usluge međuknjižnične posudbe, većina ispitanika ju ne koristi, moguće zato jer ni ne znaju da tu uslugu Knjižnica nudi. Na kulturna događanja većina ispitanika dolazi ponekad, što je i očekivano. Uslugu rezervacije građe putem Kataloga većina ispitanika ne koristi nikada kao ni Zaki book, aplikaciju za online čitanje knjiga. Možda je i ovome razlog da ispitanici ne znaju da te usluge postoje te ih je potrebno dodatno promovirati kao i educirati korisnike o njihovom korištenju. Online katalog, mrežne stranice i društvene medije većina korisnika koristi uvijek što je odličan znak.

Ispitanici su naveli da su uglavnom ili potpuno zadovoljni uslugama i aktivnostima GKMM, što je svakako odličan rezultat te potvrđuje hipotezu istraživanja da će korisnici izraziti visoku razinu zadovoljstva uslugama, sadržajima i aktivnostima koje nudi Gradska knjižnica Marka Marulića Split. Najveće zadovoljstvo ispitanici su izrazili vezano za ljubaznost i susretljivost knjižničara, stručnost i kompetenciju knjižničara te radno vrijeme knjižnice. No, jedan dio ispitanika nije izjasnio jasno zadovoljstvo ili

nezadovoljstvo s uslugama pomoći pri izradi referata i seminara, međuknjižničnom posudbom, prostorom za čitanje novina, časopisa i knjiga, računalnom opremom te katalogom GKMM što implicira da postoji prostor za napredak u budućnosti. Vrlo je moguće da taj dio ispitanika ni ne zna da usluga pomoći pri pisanju referata i seminara postoji kao i međuknjižnična posudba. Svakako je korisno saznanje da bi bilo dobro omogućiti i više prostora za čitanje knjiga, novina i časopisa kao i poraditi na unapređenju računalne opreme.

Što se tiče lakoće pronalaska sadržaja na novoj mrežnoj stranici Knjižnice, ispitanici su se očitovali s visokom razinom lakoće navigiranja kroz različite aspekte i funkcionalnosti mrežne stranice. Kao prostor za poboljšanje naveli su da bi novi naslovi koji stižu u Knjižnicu trebali biti vidljiviji kao i njeni digitalni sadržaji. Istina je da novi naslovi nisu vidljivi na mrežnoj stranici, već samo kroz Katalog GKMM, ali i onda je potrebno poznavati kako podesiti fasete da bi se došlo do popisa prinova. Potrebno je poraditi na vidljivosti digitalnih sadržaja, kao što su digitalna zbirka GKMM-a, projekt Marulovim stopama te Splitski spomenar, koji su izrazito kvalitetni i korisni, a za koje vjerojatno velika većina korisnika ni ne zna da postoje te su zbog toga dali nisku ocjenu lakoće pronalaska.

Vrlo visoki udio ispitanika (87.5%) koristi Katalog GKMM. Dio ispitanika koji ga ne koristi kao glavni razlog ne korištenja navode da ne znaju da postoji. Stoga, Knjižnica bi trebala redovito organizirati edukacije knjižnične i informacijske pismenosti kako bi podigla svijest o postojanju i korisnosti svog Kataloga.

Izneseni su različiti prijedlozi za unaprjeđenje knjižničnih usluga i infrastrukture. Prema rezultatima, vidljivo je da značajan broj ispitanika izražava potrebu za proširenjem resursa knjižnice. Na primjer, 50% ispitanika ističe važnost povećanja broja dostupnih naslova knjiga, dok 35.2% njih smatra da bi trebalo poboljšati opskrbu knjižničnom građom. Ovo je vrijedan podatak jer je knjižnica ograničena prostornim resursima što utječe i na nabavnu politiku.

Također, 42% ispitanika naglašava potrebu za raznolikim kulturnim događanjima u knjižnici. Pored toga, ispitanici su istaknuli i potrebu za poboljšanjem uvjeta u knjižnici kako bi se omogućilo ugodnije korisničko iskustvo; 29.5% ispitanika želi povećanje broja sjedećih mjesta, dok 22.7% izražava potrebu za proširenjem prostora namijenjenog tišem radu. Ovo je također koristan podatak. Prostor u kojem se trenutno nalazi studijska čitaonica nije adekvatan jer nema zvučnu izolaciju, što očitoma ometa rad korisnicima te žele tiši prostor.

Iz pitanja o općenitom zadovoljstvu korisnika, značajan udio, 51.1% ispitanika, čak je izrazito zadovoljan, dok je 44.3% ispitanika uglavnom zadovoljno. Također, važno je primijetiti da nijedna osoba nije izrazito nezadovoljna, a samo mali broj, 3.4%, je uglavnom nezadovoljan. Ovi rezultati ukazuju na općenito visok nivo zadovoljstva korisnika uslugama knjižnice, što sugerira uspješno pružanje usluga i ispunjavanje potreba korisnika.

Zadnje pitanje bilo je otvorenog tipa, a ispitanici su mogli napisati svoj komentar ili prijedlog za poboljšanje usluga i aktivnosti. Analiza komentara ispitanika o poboljšanju rada Knjižnice pruža korisne uvide u područja koja korisnici smatraju da se mogu unaprijediti. Većina ispitanika nema konkretnih pritužbi, a zaprimljene pohvale svjedoče o općenitom zadovoljstvu radom Knjižnice i njenim djelatnicima. Međutim, neki ispitanici su iznijeli konkretne prijedloge za poboljšanja. Neki od tih prijedloga uključuju: potrebu za pristupačnijim predizanjem rezervacija, povećanje ponude radionica za mlade i usluga za odrasle, poboljšanje programa događanja na manjim odjelima knjižnice, nabavku većeg broja naslova na engleskom jeziku kao i većeg broja e-knjiga, uvođenje aparata za kavu, produženje radnog vremena subotom, povezivanje s važnim svjetskim knjižnicama radi posudbe e-knjiga, poboljšanje ljubaznosti osoblja, nabavku stranih časopisa, povećanje ponude knjiga na stranim jezicima za različite razine znanja, poboljšanje preglednosti mrežne stranice, nabavku kvalitetnijih naslova knjiga te promociju kvalitetnijih knjiga i gostovanja kvalitetnijih autora. Ovi prijedlozi ukazuju na raznolike aspekte koje bi Knjižnica mogla unaprijediti kako bi bolje zadovoljila potrebe i očekivanja svojih korisnika.

## 6. Zaključak

U današnjem dinamičnom okruženju, knjižnice se suočavaju s rastućim i sve složenijim zahtjevima korisnika, kao i s brzim promjenama u tehnologiji i organizaciji podataka. Da bi odgovorile na ove izazove i osigurale svoju relevantnost, knjižnice moraju sustavno vrednovati svoje poslovanje i usluge. Kultura vrednovanja postaje ključna kako bi se donosile odluke temeljene na činjenicama, osiguravajući usklađenost s potrebama korisnika i ciljevima knjižnice.

Korisnici su ključni u oblikovanju usluga knjižnice, stoga je važno kontinuirano provoditi istraživanja i analize njihovih potreba te uključiti ih u razvoj novih usluga. Narodne knjižnice trebaju biti potpuno pristupačne i prilagođene raznolikim potrebama korisnika, uključujući i virtualne korisnike.

Istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Marka Marulića Split koje je provedeno u svrhu ovog rada imalo je 3 specifična cilja:

1. Identificirati specifične razloge dolaženja i učestalost korištenja usluga GKMM
2. Procijeniti zadovoljstvo uslugama te sadržajima i aktivnostima koje GKMM nudi
3. Doznati prijedloge korisnika za poboljšanje rada GKMM

Rezultati dobiveni iz ankete provedene među 88 korisnika Gradske knjižnice Marka Marulića u Splitu pružili su nam odgovore na navedena istraživačka pitanja. Pokazalo se da su ispitanici dugogodišnji i redovni korisnici koji u knjižnicu dolaze radi posudbe knjiga (beletristike i stručne literature), kulturnih događanja i sudjelovanje na radionicama i tečajevima. Najmanji broj ispitanika dolazi u knjižnicu radi čitanja novina i časopisa te korištenja interneta i računala. Također, najmanje se koriste usluge posudbe filmova, zvučnih knjiga, glazbenih CD-ova i stripova. Ovo saznanje dodatna je potvrda da su zbirke (filmova, glazbe i zvučnih knjiga) koje se nalaze na CD-ovima i DVD-ovima zapravo na mediju koji izumire i kojeg korisnici ne mogu više koristiti. S ovim saznanjem, potrebno je razmisliti u kojem smjeru razvijati Odjel multimedije GKMM-a s obzirom da se na njemu trenutno nalaze zbirke koje se najmanje koriste (stripovi, glazbena i filmska zbirka, zvučne knjige). Anketa je potvrdila treću hipotezu ovog istraživanja, a to je da se multimedijalna građa više ne posuđuje.

Korisnici su pokazali visoku razinu zadovoljstva cjelokupnom knjižnicom (preko 94 % ispitanika je izrazilo jako ili izrazito općenito zadovoljstvo). Najveće zadovoljstvo ispitanici su pokazali vezano za ljubaznost i susretljivost knjižničara, stručnu kompetenciju knjižničara te radno vrijeme knjižnice, a s ni jednom uslugom ili aktivnošću nisu pokazali nezadovoljstvo. Iz istraživanja se također saznalo mišljenje korisnika o novoj mrežnoj stranici Knjižnice. Većina korisnika je izrazila visoku razinu lakoće snalaženja, što je pohvalno jer

se dosta korisnika tužilo na nepreglednost stare mrežne stranice. Korisnici su također izrazili želju da novi naslovi budu vidljivi na mrežnoj stranici kao i digitalni sadržaji koje Knjižnica nudi.

Korisnici su dali svoje prijedloge u vidu poboljšanja rada Knjižnice. Većina bi željela povećati broj naslova knjiga, broj kulturnih događanja, opskrbljenost knjižničnom građom, broj sjedećih mjesta, prostor za tihi rad te broj usluga za odrasle. Korisnici su također predložili veći izbor knjiga na stranim jezicima, pogotovo na engleskom jeziku, veći izbor e-knjiga, nabavku kvalitetnijih naslova, promociju kvalitetnijih naslova i gostovanja kvalitetnijih pisaca kao i povećanje usluga na manjim knjižničnim odjelima.

Prve dvije hipoteze ovog istraživanja, da će većina korisnika izraziti visoku razinu zadovoljstva uslugama, sadržajima i aktivnostima GKMM-a te da je primarni razlog dolaska korisnika u knjižnicu posudba knjiga, potvrđene su ovim istraživanjem. Istraživanje provedeno na korisnicima GKMM-a pruža dragocjeni uvid o njihovim potrebama i zadovoljstvu uslugama knjižnice. Rezultati ovog istraživanja od iznimne su važnosti jer omogućuju knjižnici da adekvatno reagira na promjene u korisničkim zahtjevima te da kontinuirano poboljšava svoju ponudu i prilagođava je potrebama zajednice. Kroz konkretna očekivanja i prijedloge korisnika, ovo istraživanje pruža jasne smjernice za daljnji razvoj knjižničnih usluga i aktivnosti. Stoga, možemo zaključiti da je ovo istraživanje iznimno korisno kako za upravljanje knjižnicom tako i za poboljšanje korisničkog iskustva te unapređenje kvalitete i relevantnosti Gradske knjižnice Marka Marulića Split.

## 7. Literatura

1. Alfirević, N, Pavičić, J., Najev Čačija, Lj., Mihanović, Z., Matković, J. (2013). *Osnove marketinga i menadžmenta neprofitnih organizacija*. Zagreb : Školska knjiga : Institut za inovacije.
2. Amaechi, N., Magnus, U. i Nworie, J. (2019). Public Relation Activities in Libraries. Preuzeto s <https://www.researchgate.net/publication/334680397> (22.1.2024.)
3. Appleton, Hall, Duff i Raeside (2018). UK public library roles and value: a focus group analysis. *Journal of Librarianship and Information Science*. Preuzeto s [https://eprints.whiterose.ac.uk/166597/1/Appleton\\_Hall\\_Duff\\_Raeside\\_JoLIS\\_public\\_library\\_role\\_value.pdf](https://eprints.whiterose.ac.uk/166597/1/Appleton_Hall_Duff_Raeside_JoLIS_public_library_role_value.pdf) (26.1.2024.)
4. Audunson, R. i Aabø, S. (2013). From collections to connections: building a revised platform for library and information science. *Information Research*, 18(3) paper C29. Preuzeto s <http://InformationR.net/ir/18-3/colis/paperC29.html> (5.1.2024.)
5. Badurina, B., Dragija-Ivanović, M. i Krtalić, M. (2010). Vrednovanje knjižničnih službi i usluga akademskih i narodnih knjižnica. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 53 (1), 47-63. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/81291> (3.12.2024.)
6. Bartelstein, A. M., i Ryan, M. (2013). Over the Counter Help: User Perspective as an Active Ingredient in Marketing the Library. *Reference i User Services Quarterly*, 53(2), 126–128. Preuzeto s <http://www.jstor.org/stable/refuserserq.53.2.126> (16.1.2024.)
7. Bišćan Frida. Suvremeni knjižnični prostori- od ideje do realizacije zgrade Gradske knjižnice u Karlovcu.// *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 60, 2-3(2017), str. 175-191. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/288803> (17.1.2024.)
8. Bokan, A. i Cupar, D. (2017). Promocija i promicanje čitanja u narodnim knjižnicama Republike Hrvatske. *Libellarium*, 10 (1), 51-76. Preuzeto s <https://doi.org/10.15291/libellarium.v1i1.290> (23.1.2024.)
9. Čuić, B. (2012). Balanced scorecard kao pomagalo za vrednovanje knjižnice : primjer Knjižnice Filozofskog fakulteta u Osijeku. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 55 (1), 45-64. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/93684> (22.3.2024.)
10. George D'Elia, i Sandra Walsh. (1983). User Satisfaction with Library Service: A Measure of Public Library Performance? *The Library Quarterly: Information, Community, Policy*, 53(2), 109–133. Preuzeto s <http://www.jstor.org/stable/4307615> (21.2.2024.)

11. Godišnje izvješće o radu 2022. Gradska knjižnica Marka Marulića Split. Preuzeto s <https://www.gkmm.hr/app/webroot/uploads/files/Izvj%C5%A1%C4%87e%20o%20radu%20GKMM%20Split%20za%202022.pdf> (3.3.2024.)
12. Dragija-Ivanović, Martina. Mjerenje utjecaja knjižnice na zajednicu: primjer istraživanja utjecaja narodnih knjižnica u manjim sredinama. // Vrednovanje djelatnosti narodnih knjižnica : zbornik radova: 10. savjetovanje za narodne knjižnice u Republici Hrvatskoj. Zagreb: Nacionalna i sveučilišna knjižnica, 2017. str. 79-94.
13. Duić, M. i Anđić, M. (2019). Čitateljski klubovi u narodnim knjižnicama velikih hrvatskih gradova. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 62 (2), 89-111. <https://doi.org/10.30754/vbh.62.2.764> (13.1.2024.)
14. Đukec Kero, I., Krpan, K. i Pikić, A. (2018). Za anketu vam treba približno 3 minute, a novu knjižnicu dobivate zauvijek!. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 61 (1), 151-172. Preuzeto s <https://doi.org/10.30754/vbh.61.1.613> (12.12.2023.)
15. Gupta, S. (2015). Role of libraries in knowledge society. *International Journal of Management and Applied Science*, 6 (1), 66-68, [https://www.ijraj.in/journal/journal\\_file/journal\\_pdf/14-166-143661001965-67.pdf](https://www.ijraj.in/journal/journal_file/journal_pdf/14-166-143661001965-67.pdf) (13.3.2024.)
16. IFLA-ine smjernice za knjižnične usluge za djecu od rođenja do 18 godina / Sastavila IFLA-ina Sekcija za knjižnične usluge za djecu i mladež; uredila C. Rankin; prijevod G. Tuškan. 2. izd. (revizija Smjernica iz 2003. godine). Den Haag: IFLA Library Services to Children and Young Adults Section, 2018. [https://www.hkdrustvo.hr/hr/strucna\\_tijela/17/publikacija/599](https://www.hkdrustvo.hr/hr/strucna_tijela/17/publikacija/599). (16.2.2023.)
17. IFLA-ine smjernice za narodne knjižnice / uredile Christine Koontz i Barbara Gubbin; (s engleskog prevela Irena Kranjec; stručna redakcija prijevoda Aleksandra Horvat) 2. hrvatsko izd., (prema 2. izmijenjenom izd. izvornika). Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2011.
18. IFLA / UNESCO (2022). IFLA-in i UNESCO-ov Manifest za narodne knjižnice. Preuzeto s: <https://www.hkdrustvo.hr/datoteke/4388> 16.11.2023.
19. Katalenac, D. (2000). Mogućnosti primjene benchmarkinga u upravljanju knjižnicama. *Knjižničarstvo : glasnik Društva bibliotekara Slavonije i Baranje*, 4. (1-2), 29-45. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:206:656842> (16.12.2023.)
20. Kovačević, Jasna (2017). Narodna knjižnica: Središte kulturnog i društvenog života. Zagreb : Naklada ljevak.
21. Kosić, S. i Heberling Dragičević, S. (2017). Izrada smjernica za izgradnju fonda u hibridnim knjižnicama – iskustva Sveučilišne knjižnice Rijeka. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 60 (4), 161-189. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/195925> (13.12.2023.)

22. Koska, Viktor. Socijalni kapital u Hrvatskoj: pogreška u konceptualizaciji // Mali Levijatan : studentski časopis za politologiju 1, 5(2006)., str. 79-91. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/43875> (10.1.2024.)
23. Kotler, P. i Armstrong, G. (2011) *Principles of marketing* [online]. 14th ed. New Jersey : Prentice Hall. <https://nit-edu.org/wp-content/uploads/2021/09/Principles-of-Marketing-Kotler-Armstrong.pdf> (12.1.2024.)
24. Kovačević, J. i Vrana, R. (2015). Pogled na knjižnične usluge iz perspektive korisnika. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 58 (1-2), 135-160. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/14362> (22.11.2023.)
25. Leorke, D., Wyatt, D., i McGuire, S. (2018). "More than just a library": Public libraries in the 'smart city'. *City, Culture and Society*, 15, 37-44. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2018.05.002>. (22.11.2023.)
26. Mihalić, M. (2012). Mjere li samo pokazatelji uspješnosti vrijednost knjižnica? : prema vrednovanju društvenih ciljeva organizacija u kulturi. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 55 (1), 29-44, <https://hrcak.srce.hr/93680>. (26.1.2024.)
27. Narodna knjižnica : IFLA-ine i UNESCO-ove smjernice za razvoj službi i usluga / priredila radna skupina Sekcije za narodne knjižnice na čelu s Philipom Gillom. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2003
28. Pecotić, E. (2009). *Desetljeće GKMM: Gradska knjižnica Marka Marulića Split*. Split: Gradska knjižnica Marka Marulića.
29. Petr Balog, K. (2012). Kultura vrednovanja kao dio organizacijske kulture hrvatskih knjižnica. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 55 (1), 1-28, <https://hrcak.srce.hr/93678>. (3.2.2024.)
30. Petr Balog, K. (2012). IFLA Manifest o knjižničnoj statistici. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 55 (1), 137-140. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/93701> (26.3.2024.)
31. Poll, R. i Boekhorst, P. T. (2007) *Measuring Quality: Performance Measurement in Libraries*. München: K.G. Saur. Preuzeto s: <https://repository.ifla.org/handle/123456789/956> (3.2.2024.)
32. Potter, N. (2012) *The library marketing toolkit*. London : Facet Publishing, [https://books.google.hr/books?id=uP1nDQAAQBAJprintsec=frontcoverisource=gbs\\_ViewAPIredir\\_esc=y#v=onepageiqif=false](https://books.google.hr/books?id=uP1nDQAAQBAJprintsec=frontcoverisource=gbs_ViewAPIredir_esc=y#v=onepageiqif=false) (22.1.2024)
33. Radonić, M. (2022). „Rođeni za čitanje“ Nacionalni program za poticanje čitanja u RH. *Paediatrica Croatica*, 66 (suppl 1), 10-11, Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/295455> (13.1.2024.)
34. Sečić, D. (1995). *Informacijska služba u knjižnici*. Rijeka: Naklada Benja.
35. Smjernice za knjižnične usluge za mladež: prerađeno izdanje smjernica koje 1996. objavio Stalni odbor Sekcije knjižnica za djecu i mladež / priređivači Pat Muller i Ivan Chew. *Web 2.0 i knjižnične usluge za mladež: uvod za knjižničare / priredio Ivan Chew*. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2009.
36. Stričević, I. i Jelušić, S. (2010). Knjižnične usluge za mlade : modeli i koncepti. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 53 (1), 1-34, <https://hrcak.srce.hr/81288>. (10.1.2024.)



37. Šegota-Novak, M, Silić, A. (1998) Budućnost knjižničnog marketinga ili kako se pripremiti za 3. tisućljeće, Godišnjak Gradske knjižnice i čitaonice "Metel Ožegović" Varaždin, 2(1998), 24-28, <https://library.foi.hr/dbook/index.php?B=1&item=X00151&pager=00036> (7.12.2023.)
38. Tošić-Grlač, S. (2010). Uloga zavičajne zbirke u promociji lokalne zajednice. *Hrvatski 36. znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu, 1* (1), 307-314, <https://hrcak.srce.hr/55005> . (7.12.2023.)
39. Vrana, R. i Kovačević, J. (2018). Kakvu narodnu knjižnicu želimo? Istraživanje korisnika Knjižnice i čitaonice Bogdana Ogrizovića. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 61 (2), 47-71, <https://doi.org/10.30754/vbh.61.2.696>. (4.12.2023.)
40. Vrana, R. i Kovačević, J. (2013). Percepcija korisnika o knjižnici i knjižničnim uslugama kao temelj poslovne strategije knjižnice. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 56 (3), 23-46, <https://hrcak.srce.hr/115193>. (4.12.2023.)
41. Zakon o knjižnicama i knjižničnoj djelatnosti. *Narodne novine* (NN 17/2019). [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019\\_02\\_17\\_356.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_02_17_356.html) (3.3.2024.)

## **Prilog**

### **Anketa u svrhu istraživanja zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Marka Marulića Split**

*Poštovani, upitnik koji je pred Vama dio je istraživanja u svrhu izrade diplomskog rada na Odjelu za informacijske znanosti Sveučilišta u Zagrebu. Ovim uputnikom želi se ispitati Vaše zadovoljstvo uslugama i aktivnostima Gradske knjižnice Marka Marulića Split. Anketa je u potpunosti anonimna. Molimo Vas da pri popunjavanju upitnika objektivno i iskreno odgovorite na postavljena pitanja. Unaprijed hvala na odvojenom vremenu i strpljenju.*

**1. Spol:** M Ž

**2. Dob:**

- a) od 18 do 30 godina
- b) od 31 do 50 godina
- c) od 51 do 65 godina
- d) više od 66 godina

**3. Najviši završeni stupanj obrazovanja:**

- a) osnovna škola
- b) srednja škola
- c) prvostupnik (stručni/sveučilišni)
- d) magistar struke
- e) magisterij ili doktorat

**4. Radni status:**

- a) student
- b) zaposlen
- c) nezaposlen
- d) umirovljenik

**5. Koliko dugo ste korisnik GKMM Split?**

- a) manje od 1 godine
- b) 2 – 10 godina
- c) 11 – 20 godina
- d) više od 20 godina

**6. Koliko često posjećujete GKMM Split?**

- a) svaki dan
- b) više puta tjedno
- c) jednom tjedno
- d) više puta mjesečno
- e) jednom mjesečno
- f) svakih nekoliko mjeseci

**7. U Gradsku knjižnicu Marka Marulića dolazite zbog: (moguće je više odgovora)**

- a) posudbe knjiga (beletristike)
- c) posudbe stručne literature
- d) posudbe CD-a/DVD-a
- e) čitanja novina i časopisa
- f) korištenja interneta i/ili računala
- g) učenja
- h) pisanja seminara, referata, istraživačkih radova
- i) kulturnih aktivnosti (predavanja, izložbe, promocije knjiga i dr.)
- j) preporuke informacijskih izvora za potrebe školovanja
- k) sudjelovanja u radionicama ili tečajevima
- l) ostalo \_\_\_\_\_

**8. Na koji način saznajete o aktivnostima u knjižnici (moguće je odabrati više odgovora)**

- a) plakati s informacijama
- b) Internet
- c) preporuka prijatelja

- d) preporuka drugih članova knjižnice
- e) novine
- f) radio
- g) televizija
- h) društvene mreže
- i) na neki drugi način (navedite koji) \_\_\_\_\_

**9. Molim Vas, označite u tablici koliko često koristite pojedinu uslugu u GKMM Split:**

KNJIŽNIČNE USLUGE	UČESTALOST KORIŠTENJA				
	nikad	rijetko	ponekad	redovito	uvijek
Posuđivanje knjiga	1	2	3	4	5
Posuđivanje audioknjiga	1	2	3	4	5
Posuđivanje filmova	1	2	3	4	5
Posuđivanje stripova	1	2	3	4	5
Posuđivanje glazbenih CD-ova	1	2	3	4	5
Čitanje novina i časopisa	1	2	3	4	5
Korištenje računala i interneta	1	2	3	4	5
Međuknjižnična posudba	1	2	3	4	5
Kulturna događanja (promocije, tribine, predavanja, izložbe, radionice)	1	2	3	4	5

Online katalog knjižnice	1	2	3	4	5
Mrežna stranica knjižnice i društvene mreže	1	2	3	4	5
Rezervacija građe putem kataloga	1	2	3	4	5
Zaki book – mobilna aplikacija za čitanje e-knjiga	1	2	3	4	5

**10. Molim, označite koliko ste zadovoljni određenom uslugom/aktivnošću koju Knjižnica pruža.**

<b>KNJIŽNIČNE USLUGE / AKTIVNOSTI</b>	<b>Koliko ste zadovoljni uslugom</b> <i>(1 – potpuno nezadovoljan, 2 - uglavnom nezadovoljan, 3 - niti zadovoljan niti nezadovoljan, 4 - uglavnom zadovoljan, 5 - potpuno zadovoljan)</i>				
Knjižnična građa (količina, dostatnost, pokrivenost područja, dostupnost)	1	2	3	4	5
Organizacija građe na policama (urednost, funkcionalnost, pristupačnost)	1	2	3	4	5
Prostorna organizacija (lako snalaženje u prostoru, vidljive i razumljive oznake)	1	2	3	4	5
Usluga pomoći pri izradi domaćih zadaća, referata, seminara i dr	1	2	3	4	5
Ljubaznost i susretljivost knjižničara	1	2	3	4	5
Stručnost i kompetencija knjižničara	1	2	3	4	5
Međuknjižnična posudba (brzina, točnost)	1	2	3	4	5
Kulturna događanja (predavanja, radionice, promocije knjiga, izložbe...)	1	2	3	4	5
Prostor za čitanje novina, časopisa i knjiga (udobnost, urednost, rasvjeta, buka)	1	2	3	4	5
Računalna oprema (tehnička ispravnost)	1	2	3	4	5
On line katalog (funkcionalnost, jednostavnost korištenja, dostatnost informacija)	1	2	3	4	5
Mrežna stranica i društvene mreže (redovito ažuriranje, dostatnost informacija)	1	2	3	4	5

Radno vrijeme knjižnice	1	2	3	4	5
-------------------------	---	---	---	---	---

**11. Molim, naznačite lakoću pronalaska određenog sadržaja na web stranici knjižnice.**

SADRŽAJ NA MREŽNOJ STRANICI KNJIŽNICE	Lakoća snalaženja <i>(1 = najniža ocjena, 5 najviša ocjena)</i>				
	1	2	3	4	5
Podatci o radnom vremenu knjižnice	1	2	3	4	5
Podatci o telefonskim brojevima knjižnice	1	2	3	4	5
Podatci o adresi knjižnice	1	2	3	4	5
Podatci o dostupnosti pojedinih knjiga za posudbu	1	2	3	4	5
Podatci o elektroničkoj adresi knjižnice	1	2	3	4	5
Podatci o društvenim mrežama knjižnice (Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube itd.)	1	2	3	4	5
Uvjeti posudbe knjižnične građe	1	2	3	4	5
Podatci o gostovanjima u knjižnici	1	2	3	4	5
Podatci o novim naslovima knjiga	1	2	3	4	5
Podatci o programima (tribinama, predavanjima, izložbama i sl.) koje knjižnica nudi korisnicima	1	2	3	4	5
Podatci o digitalnim sadržajima koje knjižnice nudi korisnicima	1	2	3	4	5

Katalog knjižnice	1	2	3	4	5
-------------------	---	---	---	---	---



**12. Koristite li online katalog GKMM Split?**      DA      NE

**13. Ukoliko NE koristite online katalog GKMM Split molim pojasnite zašto:**

- a) nisam ni znao/la da postoji
- b) ne znam koristiti katalog
- c) nije mi potreban jer sve pitam knjižničara
- d) nije mi potreban jer nikad ne dolazim po unaprijed određeni naslov
- e) ne koristim građu, nego samo prostor knjižnice
- f) ostalo \_\_\_\_\_

**14. Što biste promijenili u postojećem načinu rada knjižnice:**

- a) Povećali broj sjedećih mjesta u knjižnici
- b) Poboljšali opskrbljenost knjižničnom građom
- c) Povećali prostor za tihi rad
- d) Povećali broj naslova knjiga
- e) Povećali broj kulturnih događaja (predstavljanja knjiga, predavanja, radionica i sl.)
- f) Promijenili postojeće radno vrijeme
- g) Povećali broj usluga za djecu
- h) Povećali broj usluga za tinejdžere
- i) Povećali broj usluga za odrasle
- j) Povećali broj usluga za umirovljenike
- k) Napravili drugačiji razmještaj zbirke (knjiga)
- l) Napravili drugačiji razmještaj namještaja u knjižnici
- m) Nešto drugo, (napišite što) : \_\_\_\_\_

**15. Na osnovi Vašeg dosadašnjeg iskustva, koliko ste općenito zadovoljni uslugama GKMM Split?**

- a) izrazito nezadovoljan
- b) uglavnom zadovoljan
- c) niti nezadovoljan, niti zadovoljan
- d) uglavnom zadovoljan
- e) izrazito zadovoljan

**16. Ako imate kakvih komentara ili prijedlog, molim Vas, navedite ih.**

---

# Istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Marka Marulića Split

## Sažetak

Kako bi ostale relevantna čvorišta intelektualnog, kulturnog i obrazovnog života, narodne knjižnice trebaju biti spremne na prilagodbu kako bi zadovoljile promjenjive potrebe svojih korisnika. Provođenje anketa o zadovoljstvu korisnika pomaže knjižnicama da budu usmjerene prema svojim korisnicima, pružajući im usluge koje najbolje odgovaraju njihovim potrebama i željama. Ovaj rad se sastoji od teorijskog i istraživačkog dijela. Teorijski dio daje opis uloge i poslanja narodnih knjižnica kao i pregled knjižničnih usluga i programa. Rad se također dotiče važnosti marketinga knjižničnih usluga, ali i važnosti vrednovanja uspješnosti poslovanja narodnih knjižnica. U istraživačkom dijelu opisano je istraživanje zadovoljstva korisnika Gradske knjižnice Marka Marulića Split, najveće i najposjećenije knjižnice u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Podaci su prikupljeni putem online ankete na uzorku od 88 korisnika. Rezultati istraživanja daju praktične smjernice za poboljšanje kvalitete knjižničnih usluga s ciljem unaprjeđenja korisničkog zadovoljstva i iskustva.

**Ključne riječi:** korisnici, narodne knjižnice, zadovoljstvo korisnika, vrednovanje poslovanja, Gradska knjižnica Marka Marulića Split, knjižnične usluge

# User Satisfaction Study at Marko Marulic City Library in Split

## Summary

To remain relevant as hubs of intellectual, cultural, and educational life, public libraries should be ready to adapt to meet the changing needs of their patrons. Conducting user satisfaction surveys among patrons helps libraries to be user-oriented, providing services that best suit their needs and desires. This work consists of a theoretical and research part. The theoretical part describes the role and mission of public libraries, as well as an overview of library services and programs. The paper also touches on the importance of marketing library services and assessing the performance of public libraries. The study presented in this paper analyses user satisfaction at Marko Marulić City Library in Split, the largest and most visited library in Split-Dalmatia County. Data were collected through an online survey of a sample of 88 users. The research results provide practical guidelines for improving the quality of library services to enhance user satisfaction and experience.

**Keywords:** patrons, public libraries, user satisfaction, library assessment, Marko Marulić City Library Split, library services