

UNIVERZA NA PRIMORSKEM  
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Projektna naloga

ZAZNAVANJE KAKOVOSTI STORITEV  
VISOKOŠOLSKE KNJIŽNICE

Jožica Majdič

Koper, 2008

Mentor: viš. pred. mag. Armand Faganel



## **POVZETEK**

Namen projektne naloge je analizirati zaznavanje kakovosti knjižničnih storitev s strani odjemalcev in njihovo zadovoljstvo. Na stopnjo zadovoljstva vpliva več dejavnikov pri katerih je treba upoštevati normativne akte, ki knjižnicam nalagajo naloge in pogoje za izvajanje dejavnosti oz. možnosti zadovoljevanja potreb uporabnikov. Normativne zahteve za opravljanje knjižnične dejavnosti v visokošolskem zavodu opredeljujeta predvsem Zakon o visokem šolstvu in Zakon o knjižničarstvu. S pomočjo anketnega vprašalnika smo analizirali zadovoljstvo odjemalcev ter evidentirali izboljšave, ki bi pozitivno vplivale na knjižnico in samo promocijo Fakultete za management.

*Ključne besede:* knjižnica, kakovost storitev, knjižnična dejavnost, zaznavanje kakovosti

## **ABSTRACT**

The major purpose of the final work is the services quality perception, offered by the library to its customers and their satisfaction. The degree of satisfaction of the customers depends on a lot of factors, regarding to normative acts, which dictate us procedures and conditions for doing activity and finding possibilities of satisfying customers' needs. Normative acts for librarian services in high school are determined by the law of high school study and the law of librarian science. With a help of a questionnaire we researched the customers' satisfaction and identified the improvements which would affect positively both on library and on the promotion of the Faculty of management.

*Key words:* library, services quality, librarian services, quality perception

**UDK:** 338.46:027.7:005.336.3(043.2)



## VSEBINA

<b>1</b>	<b>Uvod</b> .....	<b>1</b>
1.1	Oprelitev problema .....	1
1.2	Namen .....	1
1.3	Cilji .....	1
1.4	Predvidene metode obravnavanja .....	1
<b>2</b>	<b>Vloga in organiziranost Knjižnice v procesu visokošolskega izobraževanja</b> .....	<b>3</b>
2.1	Značilnosti knjižničnih dejavnosti .....	3
2.2	Predstavitev knjižnice fakultete za management .....	4
2.3	Upravljanje javnega zavoda .....	5
<b>3</b>	<b>Oprelitev storitev</b> .....	<b>9</b>
3.1	Značilnosti storitev .....	11
3.2	Razvijanje novih storitev .....	12
3.3	Odjemalci storitev .....	12
3.4	Posebnosti knjižničnih storitev .....	13
<b>4</b>	<b>Zaznavanje kakovosti storitev</b> .....	<b>14</b>
4.1	Zaznavanje .....	15
4.2	Zaznavanje kakovosti storitev .....	17
4.3	Zadovoljstvo odjemalcev knjižničnih storitev .....	17
<b>5</b>	<b>Raziskava</b> .....	<b>19</b>
<b>6</b>	<b>Sklep</b> .....	<b>25</b>
	<b>Literatura</b> .....	<b>27</b>
	<b>Priloge</b> .....	<b>29</b>



## SLIKE

Slika 3.1	Razlika med izdelki in storitvami.....	10
Slika 3.2	Dejavniki konfliktov .....	13
Slika 3.4	Pozitivne in negativne motnje pri izvajanju.....	14
Slika 4.1	Leavittova motivacijska shema .....	16
Slika 5.1	Struktura anketirancev.....	19
Slika 5.2	Obisk knjižnice Fakultete za management.....	20
Slika 5.3	Zadovoljstvo uporabnikov z delovnim časom knjižnice.....	20
Slika 5.4	Način dostopa do informacij v knjižnici .....	21
Slika 5.5	Uporaba medknjižnične izposoje .....	21
Slika 5.6	Poznavanje in uporaba Cobbis/Opaca.....	22
Slika 5.7	Pogostost uporabe tihe čitalnice v primeru delovanja.....	22

## TABELE

Tabela 5.1	Ocenjevanje zadovoljstva s knjižničnimi storitvami.....	23
------------	---	----

## **KRAJŠAVE**

FM Fakulteta za management

UP Univerza na Primorskem

COBISS Kooperativni on-line bibliografski sistem in servisi



# **1 UVOD**

## **1.1 Opredelitev problema**

Kakovost storitve je zelo odvisna od človeka, ki jo izvaja. Uporabniki o njeni kakovosti sodijo šele potem, ko je storitev že opravljena. Pričakovanja uporabnikov pa so seveda zelo različna in si pogosto nasprotujejo. Zato moramo biti pozorni na obseg storitev, tako po količini po času kot po vrsti storitev. Dobra knjižnica bo uporabnikom ponudila veliko različnih storitev ob kar se da uporabnikom prilagojenem času in na način, ki bo uporabnikom prijazen in prijeten. Seveda mora biti cena, ki jo v zameno za storitev zahtevamo primerna količini in obliko izvajanja storitev. Šele ko bomo izpolnili te zahteve, bomo lahko govorili o kakovostnem opravljanju storitev in o zadovoljnem uporabniku.

Praksa kaže, da so storitve, kot je dosegljivost knjižnice, njen delovni čas in količina ter vrsta strokovne literature lahko zaznane z vidika študentov zelo različno.

## **1.2 Namen**

Namen projektne naloge je bil dokazati, da si študentje želijo enostaven pristop prijazne storitve in primerno literaturo; uresničitev želja pa je ključnega pomena za delovanje in promocijo Fakultete za management v Kopru.

## **1.3 Cilji**

Cilji teoretičnega dela projektne naloge:

- opredeliti organiziranost in naloge knjižnice v procesu izobraževanja,
- opredeliti zaznavanje kakovosti knjižničnih storitev ter vpliv na zadovoljstvo odjemalcev.

Cilji empiričnega dela diplomske naloge:

- predstavitev delovanja knjižnice Fakultete za management Koper,
- raziskati in analizirati zaznano kakovost storitev v knjižnici,
- opredelitev mnenj o kakovosti storitev,
- predlagati načine za povečanje zadovoljstva odjemalcev knjižničnih storitev.

## **1.4 Predvidene metode obravnavanja**

Izhajala sem iz predpostavke, da ne bom imela večjih težav pri pridobivanju potrebnih podatkov in informacij. Osebe zaposlene v knjižnici bo pripravljeno posredovati podatke.

## *Uvod*

Predvidevala sem, da bodo rezultati ankete pokazali na katerem področju bi bilo mogoče izboljšati kakovost opravljanja storitev, odjemalci knjižničnih storitev bodo pripravljene odgovarjati na anketna vprašanja.

## **2 VLOGA IN ORGANIZIRANOST KNJIŽNICE V PROCESU VISOKOŠOLSKEGA IZOBRAŽEVANJA**

Prvi začetki knjižnic za potrebe preprostega podeželskega in mestnega prebivalstva zasledimo že konec 18. in v prvi polovici 19. stoletja (Banič 1987, 33). Sprva so dejavnost opravljali duhovniki v raznih semeniških društvih iz katerih so kasneje nastala bralna društva. Namen knjižnic je bil predvsem s primerno literaturo prebuditi in krepi slovensko narodno zavest zlasti med mestnim in turškim prebivalstvom.

Danes je knjižničarska dejavnost namenjena javnosti, zlasti izobraževanju, razvoju strokovnega in raziskovalnega dela, prenosu znanja in zadovoljevanju kulturnih potreb; prispeva pa tudi k razvoju strokovnega in znanstvenega dela.

Knjižnice tako opravljajo več funkcij:

- zbirajo, dopolnjujejo in obnavljajo knjižnično gradivo ter ga hranijo,
- skrbijo, da je zbrano knjižnično gradivo dostopno, omogočajo njegovo uporabo in izposoja,
- knjižnice se informacijsko in komunikacijsko med seboj povezujejo,
- izdajajo kataloge, bibliografije in druge knjižničarske strokovne publikacije s katerimi predstavljajo knjižnično gradivo in knjižničarsko stroko.

### **2.1 Značilnosti knjižničnih dejavnosti**

Knjižnice vseh vrst sestavljajo z med seboj usklajenim delovanjem enoten knjižno informacijski sistem – COBISS. Dejavnost visokošolskih knjižnic je namenjena predvsem vzgojno izobraževalnemu procesu in raziskovalnemu oziroma umetniškemu delu ter potrebam študentov in delavcev na višjih in visokih šolah oz. na univerzah.

Visokošolske knjižnice izvajajo Zakon o knjižničarstvu (Zknj-1, Ur. l. RS, 87/2001) ter na njegovi osnovi sprejeti podzakonski akti – Pravilnik o razvidu knjižnic (Ur. l. RS, št. 105/2003), Pravilnik o pogojih za izvajanje knjižnične dejavnosti kot javne službe (Ur. l. RS, št. 73/2003) in uredba o osnovnih storitvah knjižnic za njihovo delovanje (Ur. l. RS, št. 29/2003).

Knjižnica v skladu s strokovnimi načeli organizira zbirko knjižničnega gradiva in virov informacij z namenom zagotavljati posameznikom dostopnost in uporabo (Zknj-1, 6. člen).

Zakon o knjižničarstvu opredeljuje več vrst knjižnic: splošnoizobraževalne knjižnice, visokošolske oziroma univerzitetne knjižnice, specialne knjižnice in narodne knjižnice.

Uporabniki imajo pravico do brezplačnih osnovnih storitev, kot so (Zknj-1, 8. člen):

- izposoja gradiva,
- posredovanje informacij o gradivu in iz gradiva,

- biblio-pedagoško delo.

Visokošolska knjižnica zbira, obdeluje in hrani gradivo s področij, ki podpirajo izobraževalni in hkrati raziskovalni proces na visokih šolah oz. fakultetah.

Visokošolske knjižnice podpirajo izobraževalni proces, tako da izvajajo knjižnično dejavnost, predstavljajo študente, visokošolske učitelje in visokošolske sodelavce (Zknj-1, 29. člen).

V knjižnicah opravljajo delo strokovno usposobljeni knjižničarski delavci, ki morajo imeti določeno stopnjo izobrazbe in strokovni izpit bibliotekarstva. Pomožna dela opravljajo lahko tudi t. i. manipulanti, saj za to opravilo ni potrebna določena izobrazba.

Knjižnica mora imeti tudi ustrezen prostor, velikost pa je odvisna predvsem od potreb potencialnih uporabnikov. Omogočati mora varno prostorsko ureditev, dostop do knjižničnega gradiva in uporabo storitev za uporabnike ter ustrezne delovne pogoje za knjižničarje predvsem pa tudi ustrezno skladišče za knjižnično gradivo.

## **2.2 Predstavitev knjižnice fakultete za management**

V okviru Fakultete za management Koper (FM) deluje tudi knjižnica. Njena dejavnost je v skladu z Zakonom o Visokem šolstvu (Zvis, Ur. l. RS, 14/2006) in z Zakonom o Knjižničarstvu (Zknj-1, Ur. l. RS, 87/2001) namenjena predvsem podpori študijskih programov, ki jih šola izvaja ter strokovnemu izobraževanju ter raziskovalni dejavnosti pedagoških delavcev fakultete. Pri tem knjižnica zlasti:

- nabavlja, strokovno obdeluje, hrani in obnavlja knjižnično gradivo,
- skrbi za dostopnost knjižničnega gradiva, ga izposoja, svetuje in pomaga pri njegovi izbiri in uporabi znanstvenih in strokovnih informacij,
- navaja študente in druge uporabnike na uporabo knjižničnega gradiva ter znanstvenih in strokovnih informacij,
- vodi kataloge in drugo dokumentacijo knjižničnega gradiva ter evidenco o knjižničarski dejavnosti,
- sodeluje pri sestavi centralnih katalogov,
- v okviru znanstveno-informacijskega sistema sodeluje s specializiranimi informacijskimi centri pri sestavi podatkovnih baz, pri organiziranju pretoka informacij in pri pospeševanju informacijsko-dokumentacijske dejavnosti,
- izdaja kataloge, bibliografije in druge strokovne publikacije o knjižničnem gradivu,
- sodeluje v medknjižnični izposoji knjižničnega gradiva,
- izvaja ukrepe za zavarovanje knjižničnega gradiva pred nevarnostmi in poškodovanjem,

- izvaja vodenje bibliografij visokošolskih učiteljev in sodelavcev ter raziskovalcev,
- knjižnica omogoča dostop do baz podatkov in člankov v elektronski obliki,
- omogoča uporabo čitalnice s sodobno računalniško opremo.

Knjižnica Fakultete za management je bila ustanovljena skupaj z Visoko šolo za management leta 1996. Začetek njenega dela je pomenil ureditev in opremo knjižnici namenjenega prostora. Od leta 2003 knjižnica deluje v skupnih prostorih s knjižnico Pedagoške fakultete. V knjižnici je na razpolago gradivo s področja študijskih in raziskovalnih programov posebej specializirano s področja managementa, financ, ekonomije, podjetništva in marketinga. Do sedaj je knjižnica dosegla do fonda 13.000 knjig, 160 revij kar pa predstavlja kar 77 revij v tujem jeziku (Študijski vodnik 2006, 6).

Namenjena je predvsem študentom, visokošolskim učiteljem in sodelavcem, znanstvenim raziskovalcem, upokojujencem, srednješolcem starejšim od 18 let ter brezposelnim osebam. Vsi uporabniki so člani knjižnice in lahko uporabljajo storitve knjižnice brezplačno. V knjižnico se lahko včlanijo tudi drugi uporabniki, ki želijo uporabljati storitve v knjižnici FM, vendar storitve zanje niso brezplačne. Uporabnikom knjižničnih storitev ni dovoljena izposoja nekaterega gradiva, med drugim: diplomska dela razen tista, ki so dosegljiva na spletu, magistrske naloge in doktorske disertacije, slovarji, enciklopedije, leksikoni, razne publikacije, čitalniško gradivo ter periodika. Študentom FM lahko pošlje knjižnica izposojeno gradivo tudi na dom.

Knjižnica sodeluje tudi z drugimi knjižnicami v Sloveniji predvsem v okviru medknjižnične izposoje to pomeni, da si lahko knjižnice gradivo medsebojno izposojajo. V knjižnici so redno zaposlene tri knjižničarke, ena oseba pa je zaposlena pogodbeno. Knjižnica ima približno 4000 članov (redni in izredni študenti, delavci šole, zunanji člani) in je odprta od ponedeljka do petka med 8:00 in 18:30 ter v soboto med 8:00 in 12:00 uro.

Knjižnica se je vključila v slovenski knjižnično–informacijski sistem COBISS, vzpostavila dosegljivost knjižnične baze preko interneta, uvedla avtomatsko izposajo ter možnost podaljšanja oz. rezervacije in naročanja gradiva preko interneta.

V knjižnici je na voljo tudi tiskalnik in kopirni stroj, v primeru, da si določenega gradiva ni dovoljeno izposoditi. Na voljo je tudi 12 računalnikov, preko katerih lahko uporabniki dostopajo do različnih baz podatkov in elektronskih virov, kot so GVIN, Emerald, Ebsco, Proquest, Springer, Wiley Inderscience.

### **2.3 Upravljanje javnega zavoda**

Zavodi so organizacije, ki se ustanavljajo za opravljanje dejavnosti vzgoje in izobraževanja, znanosti, kulture, športa, zdravstva, socialnega varstva, otroškega varstva, invalidskega varstva, socialnega zavarovanja ali drugih dejavnosti, če cilj

opravljanja dejavnosti ni pridobivanje dobička (Zakon o visokem šolstvu, Ur. l. RS, št. 119/2006).

Visokošolski zavod se lahko ustanovi, če so (Zakon o visokem šolstvu, Ur. l. RS, št. 14/2006):

- opredeljena študijska področja in znanstveno–raziskovalne oziroma umetniške discipline, za katere se visokošolski zavod ustanavlja,
- zagotovljeni ustrezni prostori in oprema za izvedbo programa,
- zagotovljeni visokošolski učitelji, znanstveni delavci in visokošolski sodelavci, potrebni za izvedbo programa.

Zakon o javnih zavodih v 4. členu opredeljuje opravljanje naslednjih dejavnosti (Ur. l. RS, št. 12/91 in 8/96):

- nabavlja, strokovno obdeluje, hrani in obnavlja knjižnično gradivo,
- skrbi za dostopnost knjižničnega gradiva, ga izposoja, svetuje in pomaga pri njihovi izbiri in uporabi,
- sodeluje v medknjižnični izposoji knjižnega in dokumentarnega gradiva,
- vodi kataloge in drugo dokumentacijo knjižničnega gradiva ter evidenco o knjižnični dejavnosti,
- samostojno in v sodelovanju s kulturnimi, izobraževalnimi in drugimi organizacijami pripravlja prireditve,
- odprodaja odpisano knjižnično gradivo,
- opravlja posebne naloge s katerimi utrjuje in razvija strokovnost, organiziranost, povezanost in enotnost knjižnične dejavnosti in
- opravlja še druge naloge v soglasju z ustanoviteljem.
- Organe javnega zavoda sestavljajo uprava, svet in strokovni svet.
- Javni zavod pridobiva sredstva za izvajanje dejavnosti;
- iz proračunskih sredstev ustanovitelja države,
- iz drugih javnih sredstev,
- s plačili za storitve,
- s prodajo storitev drugim uporabnikom,
- z dotacijami, darili in iz drugih zakonitih virov na način in pod pogoji, določenimi z zakonom in statutom javnega zavoda.

Organi zavoda zagotavljajo poslovanje v skladu z veljavnimi predpisi in odgovarjajo za zakonitost poslovanja. Zavod je dolžan obveščati ustanovitelja o rezultatih poslovanja ter mu dajati druge podatke o poslovanju v skladu z zakonom.

Ustanovitelj ima do javnega zavoda naslednje pravice in obveznosti:

- zagotavlja finančna sredstva za delovanje zavoda,

- ugotavlja skladnost programov dela zavoda s plani oz. programi občine,
- daje soglasje k statutu zavoda, k statusnim spremembam ter k notranji organizaciji in sistematizaciji,
- spremlja skladnost porabe sredstev z letnimi programi in finančnimi načrti,
- opravlja druge zadeve, določene s tem odlokom in drugimi predpisi.

Prav tako je dolžan javni zavod poročati ustanovitelju o izvrševanju letnega programa dela in razvoja zavoda ter mora vsako leto pripraviti program dela in finančni plan ter ju posredovati ustanovitelju v soglasje.





### 3 OPREDELITEV STORITEV

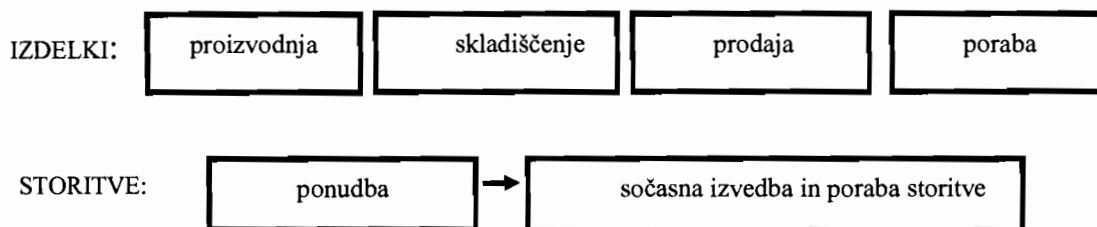
Storitev lahko opredelimo kot posebno dejanje ali delovanje, ki ga izvajalec storitve ponudi porabniku. Izraz storitev izhaja iz latinskega izraza »servio«, ki ima v našem jeziku več pomenov: delati za nekoga oziroma služiti nekomu, streči, skrbeti zanj, pomagati nekomu oziroma narediti zanj nekaj, ustrezati, ravnati se po čem, odslužiti, skrbeti, izvajati, posluževati, oskrbovati, ponujati, delovati, zadovoljevati, obnašati se (Bradač 1990, 483).

Potočnik (2000, 18–29) pravi, da proizvodno podjetje vključi v svojo ponudbo izdelkov običajno tudi storitve, ki so lahko manjši ali večji del celotne ponudbe. Ponudba podjetja je vedno v razponu od samega izdelka do storitve na drugem koncu. Storitve so opredeljene kot neoprijemljive, nevidne in minljive saj nenehno zahtevajo izdelavo in porabo. Izdelki pa so oprijemljivi, vidni in hranljivi, kar je bistveno, saj ne zahtevajo neposredne povezave med ponudnikom in porabnikom. Razlike med izdelki in storitvami lahko opredelimo z naslednjimi osmimi značilnostmi Potočnik (2000,19–23):

- *Neopredmetenost* je težko opredeljiva, saj kupec po nakupu ali uporabi nima ničesar opredmetenega. Zato storitvena podjetja poskrbijo za dokazno gradivo, ki naj neotipljivo spremeni v otipljivo (osebni stik s strokovnim osebjem, vzdušje ustvarjeno s storitvenim osebjem in občutki uporabnika).
- *Neločljivost porabnika in izvajalca storitve*, kar pomeni, da je izvajalec storitve tisti, ki jo posreduje in hkrati tudi del storitve, tako porabnik kot ponudnik storitev pa vplivata na končni izid – zadovoljstvo uporabnika.
- *Minljivost*, storitve ne moremo skladiščiti za kasnejšo prodajo ali uporabo, še posebej, ko povpraševanje niha, saj storitve ne moremo prodati kasneje (npr. nezasedenost hotelskih sob).
- *Spremenljivost storitev*, storitev se spreminja odvisno od tega kdo, kje in kdaj jo izvaja. Velik pomen lahko pripišemo izboru strokovnih sodelavcev, njihovemu usposabljanju, zadovoljstva uporabnikov s pomočjo anket, pritožb, ki nam je v veliko pomoč pri popravilu storitev.
- *Težavnost ugotavljanja in nadziranja kakovosti* je odvisna predvsem od mnenj, vrednot in pričakovanj porabnikov, vendar pa porabnik težko ocenjuje vrednost storitve, ki jo je dobil. Prav tako porabnik težko ocenjuje vrednost storitve, ki jo je dobil, izvajalec pa je sam ne more nadzirati.
- *Visoka stopnja tveganja*, saj je nakup storitev vedno bolj tvegano dejanje kot nakup izdelka.
- *Prilagajanje ponudbe posebnim zahtevam porabnikov*, saj je raven prilagodljivosti in izvedbe storitve posameznega porabnika izjemno pomembno za diferenciranje ponudbe storitev.

- *Ustvarjanje osebnih stikov med kupcem in izvajalcem*, sem uvrščamo predvsem znanje, vedenje in komunikacijske sposobnosti izvajalcev same storitve.

**Slika 3.1** Razlika med izdelki in storitvami



Vir: Potočnik 2000, 21.

Kotler (1998, 464) je definiral storitve kot »dejanje ali delovanje, ki ga ena stran ponudi drugi, je po svoji naravi neotipljivo in ne pomeni posedovanja česar koli«.

Storitve lahko označimo tudi kot »uslugo«, kar pomeni neplačano storitev oz. »servis«, med katere uvrščamo tiste storitve, ki jih proizvajalci ali ponudniki izdelkov opravljajo; mednje uvrščamo razna popravila in vzdrževanje fizičnih izdelkov. Nekaterih storitev se ne da izvesti vnaprej, dokler se ne pojavi povpraševanje po njih. To pomeni, da lahko izvedemo storitve šele tedaj, ko nastopi povpraševanje oz. takrat, ko se izvede menjava (npr. storitev svetovanja, izobraževanja). Fizične izdelke lahko proizvajamo pred nastankom menjave, medtem ko je storitev treba izvesti v času menjave. Splošna opredelitev storitev ni mogoča, saj je vedno odvisna od uporabljenega izhodišča. To pomeni, da moramo ob pojasnilu najprej uporabiti vrsto izrazov, ki niso predhodno opredeljeni in kaj kmalu ugotovimo, da je razlaga neskončna.

Organizacija lahko sistematično pogloblja skupino storitev na dva načina (Kotler 1989, 488):

- *Z raztegotvanjem*; to pomeni, da imamo opravka z raztegotvanjem cenovnih in drugih dimenzij storitev v skupini navzgor ali navzdol ali pa v obe smeri. To pomeni, da lahko uvajamo različice storitev z višjimi ali nižjimi cenami, zgledu izdelka ali povprečnosti.
- *Z dopolnjevanjem*; kar pomeni, da lahko managerji dopolnjujejo storitev z novimi različicami. Bistvo je, da se zapolnijo obstoječe praznine in se tako doseže celota. Boljši odnos med odjemalci posledično predstavlja večji dobiček in postopoma postati vodilni ponudnik določene skupine izdelkov. Zaradi konkurence je pomembno, da se spremembe odvijajo hitro, saj nam v nasprotnem primeru zmanjka časa za spremljanje novosti in izvajanje same storitve. Zato je pomemben pravilen pristop uvajanja nove storitve postopoma ali pa s korenitimi spremembami. Dejstvo pa je, da se pojavlja na trgu vse več

storitev, za katere so pomembne hitre spremembe in pred korakom s konkurenco, saj nam le to omogoča pridobivanje tržne prednosti pred ostalimi.

Devetak (2000, 162) navaja, da je storitev rezultat celovitih marketinških dejavnosti podjetja, da se ustreže potrebam in zahtevam kupcev oz. potrošnikov. Storitve je vse, kar lahko ponudimo trgu in kar vzbudi pozornost, povpraševanje, nabavo in koriščenje. Pri storitvah določa izbiro tržnih poti zlasti vrsta storitev, uporabniki, stroški in druge podrobnosti.

Avtor Snoj (1999, 56) razvršča izdelke oz. storitve na različne načine, in sicer:

- globina asortimenta, kjer imamo v mislih različne storitve, ki jih organizacija namenja za odjemalce v okviru posamezne skupine storitev,
- širina asortimenta, ki ima pomembno vlogo predvsem pri številu skupin storitev,
- dolžino asortimenta, ki predstavlja skupno število različnih storitev določene organizacije,
- konsistentnost asortimenta, ki temelji na stopnji marketinške, tehnološke, ali druge povezanosti skupin ali posameznih storitev, vendar so v neposredni povezanosti.

### 3.1 Značilnosti storitev

Kot smo ugotovili je mogoče zaznavati storitve vsaj z enim čutilom, s katerimi se vsakodnevno srečujemo. Kot primer lahko navedemo knjigo v rokah uporabnika, ki predstavlja otipljivost predmeta in se osredotočimo na vsebino knjige, lahko pa storitve opredelimo v trajnejši obliki; to pomeni, da si knjigo sposodimo za dalj časa. Snoj (1998) pravi, da je pomembno ločiti storitve na generične in izvedene. V prvem primeru mednje prištevamo procesnost s poudarkom na vrsti storitve ter vzorčno–posledičnem odnosu z *neotipljivostjo in neobstojnostjo*. Neotipljivosti ni mogoče zaznati s čutili in skoraj nemogoče jo je opredeliti saj storitev sama po sebi izgine. Prav tako velja isto za *neobstojnost storitev*.

Med izvedene značilnosti storitev sodijo (Snoj 1998, 36):

- nezmožnost transporta,
- neločljivost od izvajalca,
- sočasnost izvajanja in uporabe,
- neposrednost odnosa med izvajalci in uporabniki,
- prepletanje proizvodnje in marketinga,
- sodelovanje uporabnikov v izvajanju,
- variabilnost in druge, služijo k doseganju zelenih ciljev. Le tako lahko omogočimo, da postanejo storitve.

Predvsem je pomembno, da ugotovimo, kakšen odnos predstavlja zaznavanje storitve s strani porabnika med samo izvedbo ter po njej. Odziv nam pokaže, v kakšni meri je bilo izpolnjeno pričakovanje uporabnika. Seveda je tudi cena tista, ki odloča ali se bo v bodoče odjemalec še odločil za nakup storitev, kar pa je velikokrat odvisno predvsem od kakovosti same storitve. Že dolge čakalne dobe na izdelek so lahko slab znak za odjemalca, saj posledično misli, da je kakovost slaba oz. da so ljudje, ki opravljajo te storitve premalo usposobljeni.

Potočnik (2000, 18) navaja pet vrst ponudb, ki sodelujejo pri vključitvi ter njihovi opredelitvi storitev, mednje spadajo:

- samo izdelek, ki ga ne spremlja storitev,
- izdelek s spremljajočimi storitvami, ki naredijo izdelek bolj privlačen za kupca,
- v ponudbi sta izdelek in storitev zastopana z enakim deležem,
- osnova je storitev, ki jo spremljajo manj pomembni izdelki,
- ponudba obsega samo storitev (varovanje otrok...).

Potočnik (2000, 31) meni, da lahko storitve opredelimo tudi z vidika registracije in nadzora nad poslovanjem storitvenih organizacij na:

- formalni sektor, ki je v celoti registriran in tudi vključen v izračun BDP ter
- neformalni sektor, ki obsega tiste storitvene dejavnosti, ki so delno ali pa niso registrirane, predstavljajo pa bistven pomen »sive« ekonomije, ki se kaže v tem, da plačilo ni nikjer prikazano.

### **3.2 Razvijanje novih storitev**

Odjemalcem je treba nenehno slediti in se jim prilagajati. Glede na to, da število študentov, tako dodiplomskih kot podiplomskih, iz leta v leto narašča, prav tako pa povpraševanje po gradivu, bi bilo treba poskrbeti za prostor, kjer bi se lahko postavila čitalnica. Do sedaj tega prostora ni bilo, oz. je na voljo le sodobno urejena računalniška učilnica, vendar se zaradi pomanjkanje prostora večkrat izvajajo vaje ravno v tej učilnici. Tako se morajo študentje posluževati storitev drugih knjižnic, ki so v neposredni bližini in omogočajo prebiranje gradiva kot izvajanje samostojnega učenja. Opremljanje dodatnega prostora ne bi predstavljalo visokih stroškov.

### **3.3 Odjemalci storitev**

Snoj in Gabrijan (2000, 35) opredeljujeta odjemalce kot organizacije, ki izdelke pridobijo v posest in lastništvo in kot samo lastništvo. Seveda lahko te izdelke kasneje tudi uporabljajo oz. jih kupijo vendar nimajo neke uporabne vrednosti, lahko pa jih odjemalci sploh ne kupijo ampak jih le uporabljajo (najem). Preden začnemo ponujati storitve oz. izdelke na trgu je pomembno opredeliti, katerim ciljnim skupinam je

namenjena določena storitev oz. izdelek ter kdo bi bili lahko še možni odjemalci oz. po katerih storitvah je največje povpraševanje ter s katerimi trenutnimi razpoložljivimi sredstvi lahko zadovoljimo njihove potrebe.

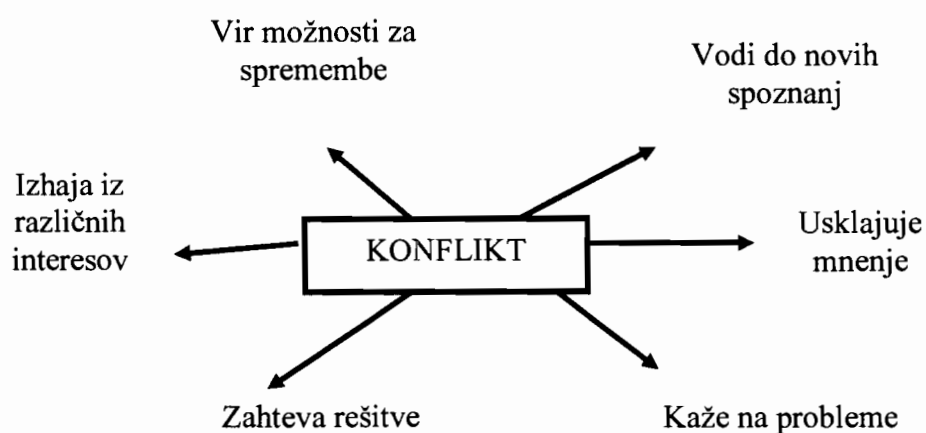
Odjemalci se razlikujejo tudi po načinu kupljenih storitev to pomeni, da v skupino razvrščamo takšne, ki se odločijo samo za enkratni nakup ali pa dolgoročne, za katere lahko predpostavimo, da jim je pomembna zvestoba do določenega podjetja oz. storitve. Pogosto se dogaja, da imajo odjemalci in dobavitelji skupen interes. Največkrat se dogovorijo za obliko protiplaćila, saj je to edini način za dolgoročno sodelovanje. Iz tega lahko predpostavimo, da je odjemalec ključen element menjalnega procesa in zajema vse tri stopnje: pridobivanje, uporabo in odstranitev.

Lahko predpostavimo, da moremo odjemalce opredeliti kot kupce in uporabnike samih izdelkov oz. storitev. *Uporabnike* lahko opredelimo kot organizacijo, ki določene izdelke samo uporablja. Potočnik (2000, 182), navaja, da na navdušenje vplivajo pričakovanja porabnikov, ki pa so lahko objektivna, kar pomeni da temeljijo na znanih informacijah in subjektivna, ki izražajo počutje porabnikov v zvezi s storitvijo ter njihovem lastnem mnenju o kakovosti storitve.

Občutek, ki lahko nastane ob neusklajenosti med odjemalcem in sodelavcem poimenujemo konflikt. Možina (2002, 582) trdi, da sta za reševanje konfliktov potrebna dva pogoja:

- najprej je treba razumeti, kako konflikt sploh nastane, v primeru dveh različnih hotenj,
- treba je ustvariti ozračje, ki bo imelo pozitiven vpliv na reševanje konflikta.

**Slika 3.2** Dejavniki konfliktov



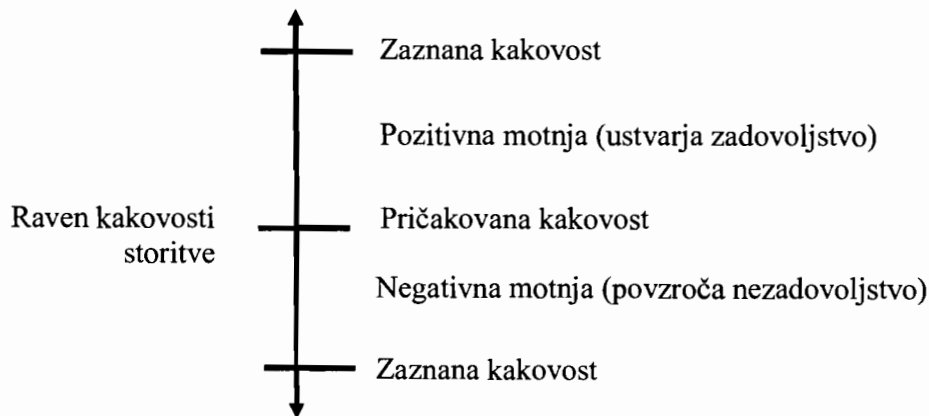
Vir: Možina 2002, 582.

Večkrat je želja tista, ki nas pripravi do tega, da zaidemo v konflikt. Če pogledamo iz drugega zornega kota, je lahko to pozitivna stran nečesa novega, za čemer ves čas stremimo, da bi spremenili stanje v katerem se trenutno nahajamo. Večji problem nastane, ko se konflikt pojavi v skupini. Takrat se je primoran vsak član skupine podrediti ter izoblikovati skupen cilj, ki pa predhodno ni bil izpostavljen, ampak se je izoblikoval na podlagi vseh mnenj, ki so bila predlagana. To povzroči, da se skupina še bolj utrdi, posamezniku pa pomaga, da se s konfliktom sooči ter še naprej išče primerne načine za obvladovanje podobnih situacij, ki se pojavijo tudi v bodoče.

### **3.4 Posebnosti knjižničnih storitev**

Za izvajanje knjižničnih storitev je zelo pomemben prispevek zaposlenih, saj le ta pripomore h kakovosti izvedbe same storitve. Predvsem je pomembno omogočiti izboljšanje kakovosti na tistem področju, kjer se pojavljajo določene pomanjkljivosti v izvajanju same dejavnosti. Izboljšanje pa bo uspešno le, če bodo zaposleni razumeli razloge, ki so privedli k neuspešnosti določenega področja. Pri knjižničnih storitvah je tudi zelo pomembno, kateremu delu je treba posvetiti več pozornosti ter katera področja je treba posebej izpostaviti, da bodo odjemalci zaznali določeno področje.

**Slika 3.3** Pozitivne in negativne motnje pri izvajanju



Vir: Potočnik 2000, 185.

## 4 ZAZNAVANJE KAKOVOSTI STORITEV

V vsakdanjem življenju se uporabnik nenehno srečuje z dražljaji, ki so vpliv zunanjega ali notranjega okolja povsod, kjer se posameznik nahaja. Že deli izdelka kot npr. embalaža, vsebina, ki je v njej ter značilnosti, ki jih spremlja določen izdelek, oglaševanje ter nenazadnje, kako se izdelek prodaja oz. prijaznost osebja vplivajo na uporabnikovo odločitev o nakupu. Fizične lastnosti nimajo vedno tudi povezave s kakovostjo izdelka. Saj se večkrat zgodi, da je določen izdelek oz. storitev predstavljena tako, da odjemalec dejansko razmišlja o nakupu čeprav vse prevečkrat pozablja na kakovost, ki je tudi pomembna. Hitro se lahko zgodi, da se odjemalec odloči samo zaradi okusa oz. trenutnega stanja, ki je izpostavljeno. Uporabnik takrat lahko občuti nezaupanje, ko ne more predvideti odločitve, ki so se pojavile ob nakupu.

V podjetju je treba izbrati pravi pristop za merjenje izvajanja kakovosti, saj le tako ugotovijo, kako se določene dejavnosti izvajajo v vsakdanji praksi, na podlagi ugotovljenega stanja se presoja deli na (Žnidaršič s sod. 1990, 99):

- zunanjo presojo opravi jo kupec ali pooblaščen organizacija,
- notranja presoja ko zahteva izvedbo vodstvo,
- samopresoja, ki jo izvaja posameznik.

Pri tem je pomembno da se presoja, tako zunanja kot notranja izvaja po določenem načrtu, ki je predhodno že zastavljen. Ob koncu presoje se poda le bistvena odstopanja ter oceno, na podlagi tega pa določijo osebo, ki bo odgovorna za izboljšanje sredstev ob določenem času.

Ob predpostavki, da je za storitev potreben izdelek, cena, distribucija in marketinško komuniciranje ne smemo pozabiti omeniti tudi inštrumente marketinškega spleta (Možina s sod., 1998):

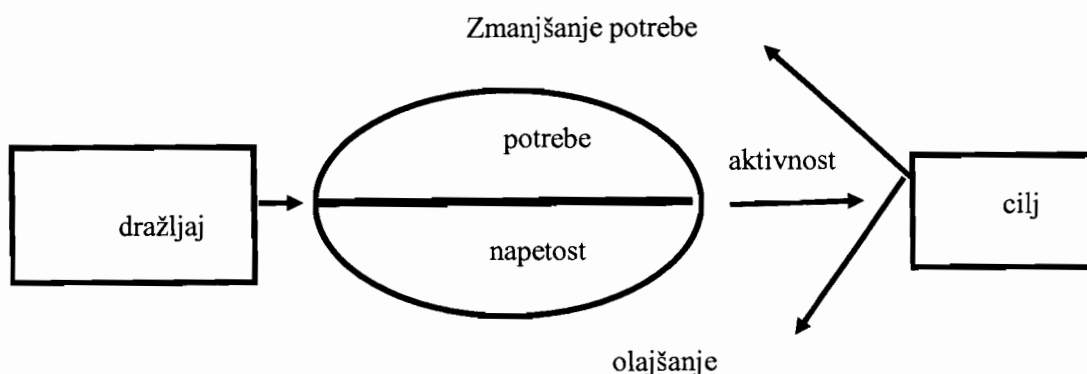
- ljudje, to so tiste osebe, ki izvajajo storitev in stremijo k nakupu potrošnika,
- fizični dokazi predstavljajo prostor, kjer se storitev izvaja in ima pomemben vpliv na obnašanje in stališča do uporabnika,
- procesiranje, z natančno določitvijo postopkov poskuša standardizirati storitev.

### 4.1 Zaznavanje

Zaznavanje lahko opredelimo kot povezavo med okoljem in posameznikom. Večkrat pa se zgodi, da se zaznavanje od človeka do človeka razlikuje, za kar bi kot razlog izpostavila notranje dejavnike (jeza, veselje). Zato je zelo odvisno, na kakšen način se bo posameznik odzval na določeno dogajanje. Mumel (1999, 64) pravi, da zaznavanje lahko razdelimo na tri skupine; dražljaje, čutila in občutke. Kot dražljaj lahko v knjižnici izpostavimo ovitek določene knjige, ki vzbudi v bralcu občutek, da knjigo mora prebrati, seveda so tukaj ves čas prisotna čutila, ki sodelujejo pri

ocenjevanju knjige ter občutek, ki pripomore, da se bo odjemalec odločil ali si bo določeno knjigo res izposodil.

**Slika 4.1** Leavittova motivacijska shema



Vir: Lipičnik 1994, 499.

Kakovost je vedno definirana in ocenjena s potrošniškega vidika. Najtežje je opredeliti vrsto potrošnika in njegove navade, saj ima vsak potrošnik različne potrebe, na katere se je treba nenehno prilagajati. Konkurenčna prednost nam lahko pripomore k doseganju dolgoročne prednosti z zahtev kupca. Na kakovost bistveno vplivajo tudi tri glavne skupine, ki so odgovorne za doseganje želenih ciljev. Kupec oz. odjemalec nam pripomore s svojimi željami in sposobnostjo k samemu vplivu na kakovost vendar z različnimi načini zaznavanja, kot jih razvršča Mumel (1999, 66–67):

- *selektivna izpostavljenost* predstavlja iskanje nenehnih informacij, ki so pogoj za doseg zastavljenega cilja,
- *selektivna pozornost* stremi k zadovoljevanju uporabnikovih potreb oz. želja, ki jih lahko dosežejo s pomočjo oglasov za določen izdelek,
- *zaznavna obramba* ima namen, da uporabnik določen pojav zazna, vendar se temu izogne in tako prepreči, da bi ga prizadelo,
- *informacijska preobremenjenost* je izrazita najbolj takrat, ko je uporabnik preobremenjen z raznovrstnimi informacijami po katerih sploh ni nikoli povpraševal ali pa ga preprosto ne zanimajo,
- *zaznavna blokada* je najučinkovitejše sredstvo, saj uporabnik sam določi, da jih ne zazna, enostavno jih presliži oz. kljub dobremu oglaševanju prezre,



- *prilagoditev na dražljaje* danes praktično občuti vsak, ne glede kje se nahaja v določenem trenutku lahko zaključimo, da izgubimo občutek, saj so nenehno prisotni.

Organizacija kot sama po sebi te izdelke oz. storitve proizvaja in država s svojimi zakoni in institucijami bistveno vpliva na kvaliteto.

#### **4.2 Zaznavanje kakovosti storitev**

Vrsta storitev ima pomembno vlogo na nakupno vedenje odjemalcev, uporabnikov ter vseh tistih, ki sodelujejo v procesu nakupovanja posameznih storitev. Pri tem ne smemo pozabiti na vpliv okolja, ki imajo še pomembno vlogo ter pripomorejo k zmanjšanju tveganja (ugled samega podjetja, reference, oglaševanje ...) in zadovoljstvu uporabnikov.

Za učinkovitost storitvenih podjetij je pomembno tudi nenehno medsebojno sodelovanje v skupinah. Uspešnost se izboljša, saj nove odločitve, kakovost, nenehno spodbujanje, pripomorejo k večji kreativnosti in večjemu sodelovanju. Le tako lahko dosegamo cilje, ki bistveno pripomorejo k doseganju boljših izidov kot v preteklosti. Za kakovostno trženje pa so bistvenega pomena tudi managerji sami, saj so pridobljena znanja in veščine korak h poslovni odličnosti. Na kakovost storitev imajo pomemben vpliv tudi zahteve samega trga, na katerem načrtujemo te storitve tudi prodajati ter notranji viri podjetja. Za večino storitev velja načelo, da so v nematerialni obliki, se ne morejo uskladiščiti, se izvršijo na osnovi potrebe in so namenjeni takojšnji uporabi. Posameznik oz. kadri ter managerji igrajo ključno vlogo v kakovostnem opravljanju storitev. Razpoložljiva sredstva, ki so takrat v samem okolju, času in prostoru ter vse povratne informacije, ki jih lahko organizacija dobi od zunanjih dejavnikov služijo kot pripomoček za kakovost samega podjetja. Odraž kakovosti se pokaže že v samemu zadovoljstvu odjemalcev, boljšemu ugledu, večjemu deležu na trgu ter nenazadnje k povečanju zaposlenih in višjih cenah za določene storitve (Snoj 1998, 158).

#### **4.3 Zadovoljstvo odjemalcev knjižničnih storitev**

Zadovoljstvo s storitvami v knjižnici lahko ugotovimo na podlagi metode anketiranja obiskovalcev. Lahko se zgodi, da je odjemalec s storitvijo nezadovoljen zaradi samega pristopa knjižničarke ob izvajanju storitve (izposoja knjige, komunikacija do odjemalca) ali pa preprosto zaradi podobnih izkušenj, s katerimi se je posameznik soočil v preteklosti. Zavedati se moramo vpliva trenutnega razpoloženja odjemalca ter morebitnih osebnostnih značilnosti, ki so glavni razlog, da odjemalec pričakuje več od same storitve predvsem glede kakovosti storitev, ki jih trenutno knjižnica ponuja.

*Maslowova hierarhija potreb temelji na štirih predpostavkah:*

- vsi ljudje pridobijo z dednostjo in s socialnim učenjem enak sklop motivov,

- nekateri motivi so bolj temeljni kakor drugi,
- motivi nižje v hierarhiji morajo biti zadovoljeni v minimalni meri, preden se aktivirajo drugi motivi,
- kakor hitro so zadovoljeni temeljni motivi, postanejo aktivni višji motivi (Lipičnik 1994, 497–498).

Odjemalci namreč v primeru, da imajo na voljo konstantno raven kakovosti izdelkov, dvignejo svoja pričakovanja glede vrednosti teh izdelkov pri naslednjih nakupih oz. uporabah. (Snoj 1998, 28)

Kotler (1996, 471) pravi, da je lahko za hiter uspeh določene panoge cena pomembnejša od storitve same. Predvsem velja to takrat, ko se pojavi močna konkurenca na trgu. Nenehno pa se poraja problem v posnemanju novih storitev še posebej za tista storitvena podjetja, ki se šele uvajajo na trg. Vedno večjo vlogo ima v vlogi konkurenčnosti predvsem sloves. Tako uspe podjetjem obdržati obstoječe stranke, saj imajo posamezniki občutek, da sodelujejo le z najboljšimi.

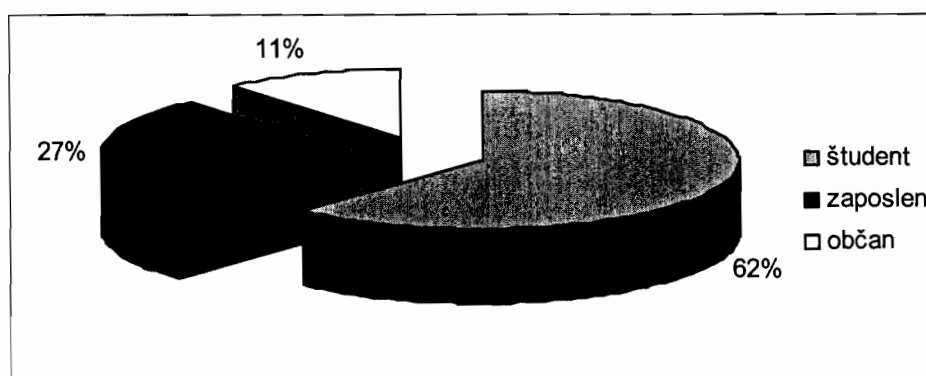
## 5 RAZISKAVA

Za izvedbo anketiranja sem izbrala anketni vprašalnik zaprtega tipa s predstavitvijo ponujenih odgovorov, za katere sem potrebovala za izvedbo analize. Anketirani sem se namenila obiskovalce knjižnice, v prvi vrsti študente, pa tudi zaposlene na Fakulteti za management in občane. Odločila sem se za naključni vzorec 100 anketirancev, ki so povpraševali po storitvah knjižnice Fakultete za management med 4. in 6. decembrom 2007 in so bili pripravljeni odgovarjati. Uporabila sem tudi tehniko opazovanja.

Anketni vprašalnik sem najprej predstavila ter jih dodatno opozorila na zagotovljeno anonimnost pri odgovarjanju, saj le tako lahko pričakuješ iskrenost. Anketni vprašalnik so izpolnjevali obiskovalci, ki so želeli prostovoljno sodelovati v raziskavi in prispevati svoje mnenje. V prisotnosti študentov nisem preverjala morebitnih nepravilnosti izpolnjenega anketnega vprašalnika. Vprašalnik se začne z nagovorom prvi sklop vprašanj vsebuje pogostost obiskovanja knjižnice, zadovoljstvo z delovnim časom, preverja zainteresiranost za uvedbo čitalnice ter uporabe le te in načine dostopanja do informacij v sami knjižnici ter uporabo elektronskih načinov izposoje, medknjižnične izposoje ali pa le naročanja, podaljševanja ter rezervacije knjižničnega gradiva. Drugi sklop vprašanj vsebuje lestvico podanih hipotez, kjer so anketiranci lahko po svojem lastnem mnenju opredelili svoje zadovoljstvo s posameznimi elementi od 1 do 5. Slabost takšnega načina anketiranja je predvsem v tem, da anketirancu ne dovoli možnosti podajanja svojega lastnega mnenja, ki bi lahko pripomogel k bistvenim sprememba. Dobljene rezultate sem uredila ter grafično in tabelarično predstavila.

Izmed 100 anketnih vprašalnikov sem dobila 90 v celoti izpolnjenih.

**Slika 5.1** Struktura anketirancev

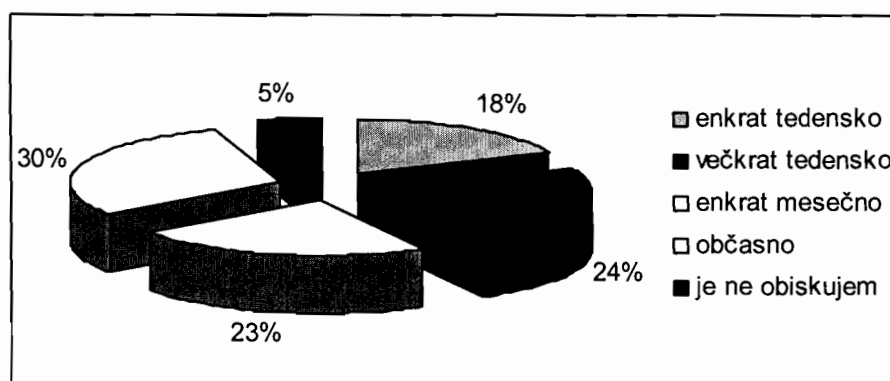


Pri strukturi zaposlitve je največ anketirancev študentov 62 %. Takoj zatem sledijo zaposleni na Fakulteti za management s 27 %, kar pomeni da uporabljajo tudi literaturo, ki je dostopna v knjižnici in jo kot pripomoček uporabljajo za pripravo, posredovanje

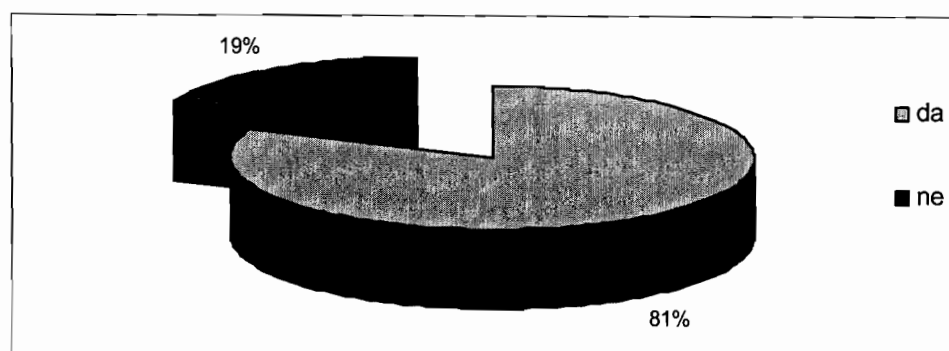
informacij študentom na predavanjih oz. vajah ali pa jo uporabljajo samo za samostojno izobraževanje. Le enajst odstotkov anketiranih je bilo občanov.

Na sliki 5.2 lahko razberemo, da največ anketirancev – 30 %, obišče knjižnico občasno. Tako velik odstotek anketirancev lahko predstavlja nezainteresiranost do branja gradiva ali pa pomanjkanje časa zaradi drugih dejavnosti, s katerimi se srečuje vsak posameznik dnevno. 23 % je takšnih obiskovalcev, ki se za obisk odločijo le enkrat mesečno, kar lahko pripišemo tistim, ki se izobražujejo izredno in si izposodijo določeno gradivo, elektronske kataloge uporabljajo le takrat, ko ga potrebujejo, bodisi za razne individualne naloge ali pa le kot pripomoček pri študiju; enak je odstotek tistih, ki se za obisk odločijo enkrat tedensko (ob koncu tedna). Največ študentov obišče knjižnico večkrat tedensko – 24 %, predvsem zaradi obiskovanja predavanj, ki se izvajajo vsak dan in ob tem prebirajo strokovne revije in časopise, saj obisk zaradi bližine izvajanja študija ne predstavlja bistvenih težav.

**Slika 5.2** Obisk knjižnice Fakultete za management

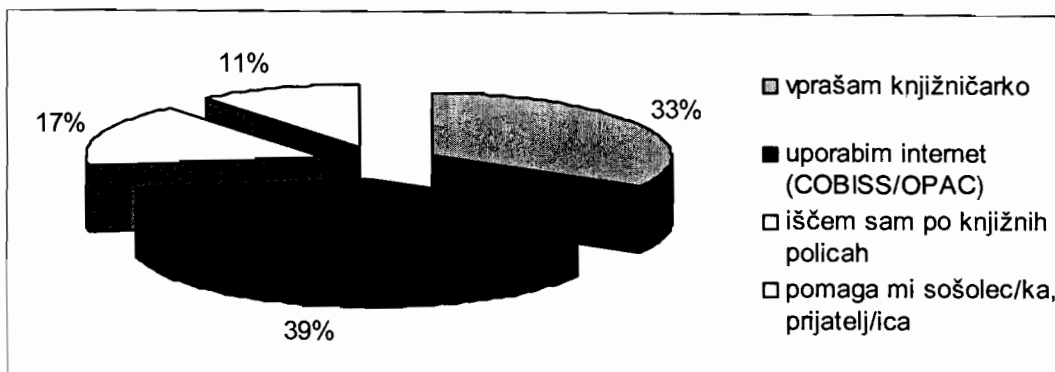


**Slika 5.3** Zadovoljstvo uporabnikov z delovnim časom knjižnice



Z delovnim časom je večina študentov – 81 % zadovoljna, saj je knjižnica odprta tudi ob sobotah, kar predstavlja prednost predvsem za tiste, ki je med tednom ne morejo obiskati, le 19 % je takšnih, ki še vedno niso zadovoljni z delovnim časom, bodisi zaradi krajšega delovnega časa ob sobotah ali kljub daljšem delavniku med tednom.

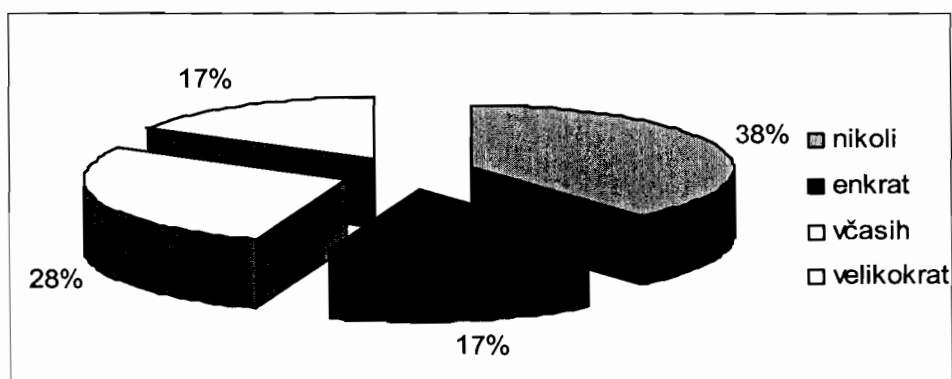
Slika 5.4 Način dostopa do informacij v knjižnici



Iz anketne raziskave je razvidno da je največ obiskovalcev – 39 %, računalniško pismenih in jim iskanje gradiva ne predstavlja bistvenih naporov, saj si pomagajo s programom COBISS/OPAC, ki je posebej prirejen za to. Prednost se kaže predvsem v tem, da si posameznik lahko naroča, podaljšuje ter rezervira gradivo kar iz domačega naslonjača. Še vedno morajo tisti, ki se odločijo za obisk in uporabo COBISS/OPACA, poiskati knjigo na knjižnih policah. 17 % anketirancev sami poiščejo gradivo, 33 % pa se iskanju izogne in povprašajo knjižničarko, saj tako prihranijo čas, 11 % pa si pomaga s prijateljico/prijateljem oz. sošolko/sošolcem.

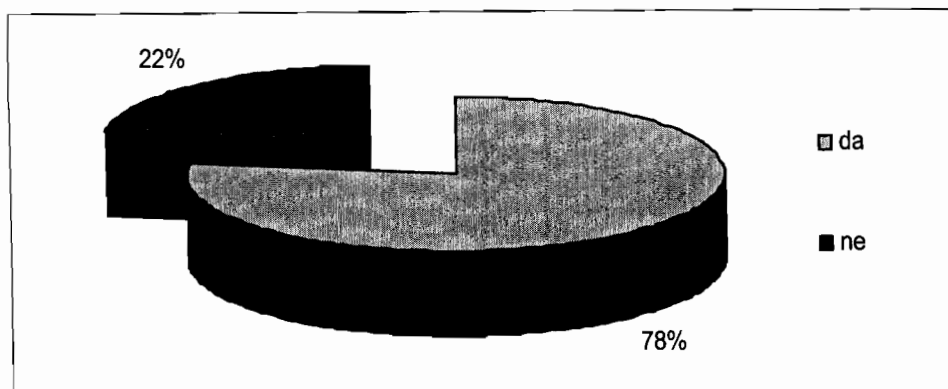
Glede uporabe medknjižnične izposoje je še vedno veliko obiskovalcev skeptičnih – 38 %. 17 % jih jo je že uporabilo enkrat, bodisi zgolj iz radovednosti ali pa za študijske namene. 28 % anketirancev se poslužuje uporabe občasno, saj obiskujejo tudi druge knjižnice, le 17 % je takšnih, ki večkrat uporabijo medknjižnično izposajo, predvsem zaradi obiskovanja le določene knjižnice ali pa za širitev znanja. Slika 5.5 predstavlja grafično opisano razmerja uporabe storitev medknjižnične izposoje.

Slika 5.5 Uporaba medknjižnične izposoje

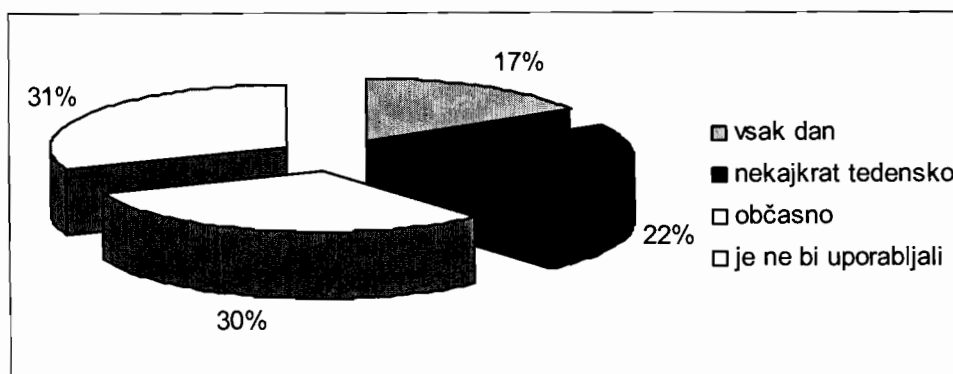


Raziskava je pokazala, kot je bilo nakazano že v odgovorih na prejšnje vprašanje, da 78 % obiskovalcev uporablja COBISS/OPAC. Le 22 % jih ga ne uporablja, predvsem zaradi pogostega obiska v knjižnici.

Slika 5.6 Poznavanje in uporaba COBBIS/OPACA



Slika 5.7 Pogostost uporabe tihe čitalnice v primeru delovanja



Glede uporabe čitalnice anketiranci niso izkazovali pretiranega zadovoljstva. Le 17 % anketiranih želi uporabljati čitalnico vsak dan, 22 % bi čitalnico uporabljalo nekajkrat tedensko, 30 % bi čitalnico uporabljalo občasno, presenetljivih 31 % pa čitalnice sploh ne bi uporabljali.

**Tabela 5.1** Ocenjevanje zadovoljstva s knjižničnimi storitvami

Ocenjevalna lestvica	1	2	3	4	5
Prijaznost knjižničnega osebja	0	0	17	4	69
Strokovnost knjižničnega osebja	4	5	16	25	40
Razporeditev knjižničnega gradiva	0	3	6	52	29
Izbor strokovnih in znanstvenih gradiv	0	2	8	62	18
Čakalni čas	0	4	18	35	33
Prostorska ureditev knjižnice	3	5	12	45	25
Možnost dostopa do e-knjižničnega gradiva	42	4	17	35	32
Telefonska pomoč uporabnikom	2	4	9	36	39
Nudenje dodatnih storitev (fotokopiranje, tiskanje, uporaba interneta)	3	4	3	35	45

Ocenjevalna lestvica predstavlja ocene od 1–5, pri čemer 1 predstavlja zelo nezadovoljen 5 pa zelo zadovoljen. Iz sklopa vprašanj lahko ugotovimo, da na uporabnike knjižničnih storitev v veliki meri pomembno vpliva prijaznost knjižničnega osebja. Razvidno je, da je zadovoljstvo visoko le nekaj anketirancev je s prijaznostjo knjižničnega osebja srednje zadovoljna. Prav tako je strokovnost knjižničnega osebja dobra fakulteta stremi k nenehnemu dodatnemu izobraževanju zaposlenih. Knjižnično gradivo je dobro razporejeno med knjižnimi policami, iskanje literature in raznih znanstvenih revij uporabnikom ne predstavlja večjih težav. Zaradi razširjenosti elektronskega dostopanja do knjižničnega gradiva, je knjižnica prostorsko premajhna, s tem se strinjajo tudi anketiranci, prav tako je otežen pristop do dodatnih storitev (fotokopiranje, tiskanje), za kar bi bilo nujno urediti dodaten prostor, kjer bi imeli uporabniki več računalnikov ter lažji dostop do interneta.

Anketiranci so večinoma zadovoljni s prijaznostjo knjižničnega osebja iz česar lahko sklepamo, da se knjižnično osebje zaveda pomena zadovoljstva odjemalcev storitev. Obenem se trudijo in uvajajo novosti, ki bi še dodatno pripomogle k izboljšanju kakovosti storitev v knjižnici. Pri izboru znanstvenih knjig in revij bi bila potrebna dopolnitev posameznega gradiva po katerih povprašujejo odjemalci. Večina anketirancev se strinja, da je prostorska ureditev knjižnice premajhna, prav tako nudenje dodatnih storitev omejeno, saj je fotokopiranje dovoljeno le za gradiva, ki so čitalniškega izvora in je njegova izposoja onemogočena. Glede na to, da je v prostoru nameščeno le malo računalnikov in je uporaba interneta namenjena le v študijske namene, uporabnikom ob tem zadovoljstvo pada.





## 6 SKLEP

Knjižnica bi lahko z boljšim informiranjem, večjo dostopnostjo ter drugimi aktivnostmi obisk še povečala. Potrebno je nenehno spodbujanje h kvalitetnejšemu študiju, gojiti željo po znanju, predvsem pa spodbujati radovednost odjemalcev. Menim, da bi lahko pri vzbujanju želje po uporabljanju dodatnih virov in storitev knjižnice veliko prispevali tudi pedagoški delavci na fakulteti. Poleg tega lahko želja obiskovalcev po daljšem delovnem času predstavlja omejitve predvsem v kadrovskem delu, saj pomeni posledično tudi višje stroške ter dodatno zaposleno knjižničarko. To bi za fakulteto pomenilo večji ugled ter zadovoljstvo obiskovalcev in nenazadnje povišanje kakovosti izobraževalnega procesa, ki se izvaja na šoli.

Ugotavljamo, da je potreba po čitalnici dovolj izražena, da bi bilo smiselno razmišljati o dodatnem prostoru v neposredni bližini, kjer je sedaj novo opremljena računalniška učilnica, saj bi to predstavljalo za študente enostaven pristop, ki si ga vsak posameznik želi.

V zvezi s strokovno literaturo je mogoče ugotoviti, da knjižnica na tem področju ne zadovoljuje potreb ter da je treba njeno delovanje dopolniti, kolikor je mogoče. Seveda je to pogojeno tudi s finančnimi sredstvi šole ter z zmogljivostjo zaposlenih delavcev. Treba bi bilo sistematično pridobivati in dopolnjevati primerna študijska gradiva ob upoštevanju letnih načrtov dela šole, pripravi finančnih načrtov. Predvsem usklajenost strokovnega dela bi pripomogla k doseganju zastavljenih ciljev ter večanju ugleda.

O dostopnosti informacij menim, da je zadostna. Uvedba elektronskih virov, ki se je pričela v tem študijskem letu je le dodaten pripomoček za vse, ki potrebujejo dodatne informacije ali pa jim je le v pomoč ob pripravi seminarских nalog, diplomskih, magistrskih in drugih del.

Prizadevanje vseh zaposlenih na šoli, še posebej pa strokovnih in pedagoških delavcev, lahko pomembno vpliva na uveljavljenost in ugled knjižnice posledično fakultete v slovenskem prostoru.

Dosegljivost knjižnice, njen delovni čas in količina ter vrsta strokovne literature so lahko z vidika uporabnikov zaznane zelo različno. Pri teoretičnem delu naloge smo knjižnico opredelili kot dejavnost v procesu izobraževanja ter opredelili zaznavanje kakovosti knjižničnih storitev, predvsem pa zadovoljstvo odjemalcev, ki je ključnega pomena za razvoj knjižnice. Bistven je ravno prilagojen način delovanja in delovni čas, zagotovljeni prostori in oprema za izvedbo programa, v veliki meri usposobljenost knjižničnega osebja ter raznolikost, ki uporabnikom predstavlja ključni element za nadaljnje zadovoljstvo. Osebe zaposlene v knjižnici je bilo pripravljeno posredovati podatke, analiza anket pa je pripomogla k nadaljnjemu razmišljanju zaposlenih o postopnem uvajanju sprememb, ki bi pripomogle k izboljššanemu izvajanju storitev.

## *Sklep*

Predstavitev in delovanje knjižnice v empiričnem delu naloge pripomore uporabnikom k boljšemu spoznavanju in delovanju knjižnice Fakultete za Management ter omogoča nadaljnjo raziskavo kakovosti storitev.

Iz navedenih ugotovitev je mogoče sklepati, da dejavnost knjižnice pomembno vpliva na uveljavljenost in ugled fakultete in zahteva pozorno posvečanje pozornosti vseh, ki so kakorkoli povezani s to ustanovo. Zaradi širitve programov, ki se izvajajo na fakulteti bi bilo treba zagotoviti tudi literaturo, ki je e-dostopna in nuditi dodatne storitve ob uvedbi čitalnice. Ugotavljanje zadovoljstva obiskovalcev s storitvami knjižnice pa naj postane redna praksa za nadaljnje povečevanje prepoznavnosti fakultete.

## LITERATURA

- Banič, Tatjana, Branko Berčič, Breda Filo in Maks Veselko. 1987. *Osnove knjižničarstva*. Ljubljana: Posebna izobraževalna skupnost za kulturo.
- Bradač, Fran. 1990. *Latinsko slovenski slovar*. DZS Ljubljana.
- Damjan Janez in Stane Možina. 1995. *Obnašanje potrošnikov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta: Univerza v Ljubljani.
- Damjan, Janez in Stane Možina. 1998. *Obnašanje potrošnikov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Devetak, Gabrijel. 2000. *Evropski marketing storitev*. Kranj: Moderna organizacija.
- Dolinšek, Slavko. 2006. *Management kakovosti*. Študijska gradiva. Koper: Univerza na Primorskem: Fakulteta za management.
- Kajzer, Štefan. 1999. Management kot proces. *Razsežnosti integralnega managementa* 1 (2): 11–16.
- Kotler, Philip. 2004. *Management trženja*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- Kotler, Phillip. 1994. *Marketing management – trženjsko upravljanje*. Ljubljana: Slovenska knjiga.
- Lipičnik, Bogdan. 1994. Motivacija in motiviranje. V *Management*, ur. Stane Možina, 488523. Radovljica: Didakta.
- Marolt, Janez in Boštjan Gomišček. 2005. *Management kakovosti*. Kranj: Moderna organizacija.
- Možina, Stane. 2002. Odnosi, nasprotja v organizaciji. V *Management*, ur. Stane Možina, 580616. Radovljica: Didakta.
- Mumel, Damijan. 1999. *Vedenje porabnikov*. Maribor: Ekonomsko–poslovna fakulteta.
- Potočnik, Vekoslav. 2000. *Trženje storitev*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- Pravilnik o pogojih za izvajanje knjižnične dejavnosti kot javne službe. *Uradni list RS*, št. 73/2003)
- Snoj, Boris in Vladimir Gabrijan. 2000. *Osnove marketinga*. 1. del. Maribor: Ekonomsko–poslovna fakulteta.
- Snoj, Boris. 1998. *Management storitev*. Koper: Visoka šola za management.
- Študijski vodnik 2006/2007*. 2006. Koper: Univerza na Primorskem, Fakulteta za management.
- Uredba o osnovnih storitvah knjižnic za njihovo delovanje. *Uradni list RS*, št. 29/2003.
- Zakon o javnih zavodih. *Uradni list RS*, št. 12/91, 8/96.
- Zakon o knjižničarstvu. *Uradni list RS*, št. 87/2001, 105/2003.
- Zakon o visokem šolstvu. *Uradni list RS*, št. 14/2006)
- Žnidaršič, Janez, Silvo Seražin in Peter Polak. 1990. *Razumevanje kakovosti*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.



## **PRILOGE**

**Priloga 1** Anketni vprašalnik



## ANKETNI VPRAŠALNIK

Pozdravljeni! Moje ime je Jožica Majdič, sem študentka fakultete za management in pripravljam nalogo na temo Zaznavanje kakovosti knjižničnih storitev. Naprošam vas za odgovore na spodnja vprašanja, anonimen anketni vprašalnik služi pridobivanju informacij za diplomsko delo. Najlepša hvala za vas čas!

### 1. Kako pogosto obiskujete knjižnico Fakultete za management?

- a.) 1x tedensko (ob koncu tedna)
- b.) večkrat tedensko
- c.) občasno
- e.) je ne obiskujem

### 2. Ali ste z delovnim časom knjižnice zadovoljni?

- a.) da
- b.) ne

3. Glede na to, da knjižnica nima tihe čitalnice, kako pogosto bi jo uporabljali, če bi bila?

- a.) vsak dan
- b.) nekajkrat tedensko
- c.) občasno
- d.) je ne bi uporabljal

### 4.) Na kakšen način največkrat dostopate do informacij v knjižnici?

- a.) vprašam knjižničarko
- b.) uporabim internet (COBISS/OPAC)
- c.) iščem po knjižnih policah
- d.) pomaga mi sošolka, prijatelj/ica

5.) Ali uporabljate oz. znate uporabljati Cobiss/opac?(iskanje gradiva preko elektronskega kataloga, naročanje, rezervacije, podaljševanje)

- a.) da
- b.) ne

### 6. Ali ste kdaj uporabili medknjižnično izposajo?

*Priloga 1*

- a.) nikoli**
- b.) enkrat**
- c.) včasih**
- d.) velikokrat**

**7.) Kako v knjižnici ocenjujete (1 zelo sem nezadovoljen ... 5 zelo sem zadovoljen, ustrezno obkrožite)**

- prijaznost knjižničnega osebja	1	2	3	4	5
- strokovnost knjižničnega osebja	1	2	3	4	5
- razporeditev knjižničnega gradiva	1	2	3	4	5
- izbor strokovnih in znanstvenih gradiv	1	2	3	4	5
- čakalni čas	1	2	3	4	5
- prostorska ureditev knjižnice	1	2	3	4	5
- možnost dostopa do e- knjižničnega gradiva	1	2	3	4	5
- telefonska pomoč uporabnikom	1	2	3	4	5
- nudenje dodatnih storitev	1	2	3	4	5
- ( fotokopiranje, printanje, uporaba interneta)	1	2	3	4	5

**8.) Status: a.) študent b.) zaposlen na FM c.) občan**