

Vyhodnotenie Prieskumu Spokojnosti Čitateľov 2024

Hĺbková analýza zistení, čítanie „medzi riadkami“ a strategické dôsledky pre rozvoj služieb (Vzorka: N = 304 respondentov)

1. Manažérske zhrnutie: Čo hovoria dáta „medzi riadkami“?

Prieskum spokojnosti v roku 2024 priniesol rozsiahly súbor dát od 304 respondentov. Podrobný rozbor výsledkov ukazuje, že popri tradične vysokom hodnotení knižničného fondu sa v správaní čitateľov prejavujú štyri kľúčové fenomény:

1. Silné komunitné jadro Až 57,3 % čitateľov navštevuje knižnicu pravidelne (min. 1x mesačne). Pre 25,3 % je knižnica primárne miestom relaxu, stretnutí a oddychu („Third Place“).	2. Informačný paradox E-mailové notifikácie fungujú vynikajúco (61,2 % užitočnosť), no pri novších samoobslužných technológiách (automat) až 53,6 % respondentov netuší o ich existencii.
3. Technologická priepasť Kým bibliobox prijalo 62,2 % čitateľov, pri RFID selfchecku a automate stále 25 – 36 % čitateľov trvá na osobnom kontakte pri pultoch.	4. Potreba hybridného modelu Knižnica musí paralelne rozvíjať rýchle digitálne samoobslužné kanály aj zachovať vrelú osobnú asistenciu pre konzervatívnejšiu časť publika.

2. Demografia a návštevnícke návyky (Grafy 1 – 4)

2.1 Vekové zloženie respondentov (N = 304)

Veková kategória	Podiel (%)	Počet respondentov	Charakteristika skupiny
Dospelý (31 – 65 rokov)	53,0 %	161	Najpočetnejšie ekonomické a rodinné jadro
Deti (do 15 rokov)	16,4 %	50	Detské výpožičky, školské projekty
Mládež (16 – 20 rokov)	15,1 %	46	Študenti stredných škôl, povinná literatúra
Mladý dospelý (21 – 30 r.)	Menšinové	Samostatný segm.	Vysokoškoláci, začínajúci pracujúci
Seniori (66 rokov a viac)	Menšinové	Samostatný segm.	Tradiční verní čitatelia, denná tlač

Analýza „medzi riadkami“ (Vekové zloženie)

- Dospelí v produktívnom veku (53 %) tvoria ekonomické a rozhodovacie jadro. Často prichádzajú s deťmi a vybavujú výpožičky pre celú rodinu.
- Deti a mládež do 20 rokov tvoria spolu 31,5 % – ide o kľúčové publikum pre študijné materiály, povinnú literatúru a voľnočasové aktivity.

Čo z toho vyplýva pre knižnicu?

Program a otváracie hodiny musia byť prispôsobené vyťaženým pracujúcim dospelým. Pre mládež je potrebné vytvárať atraktívny moderný priestor, ktorý zabráni ich odchodu z knižničného života po skončení strednej školy.

2.2 Frekvencia návštev knižnice (N = 304)

Frekvencia návštevy	Podiel (%)	Počet respondentov	Typológia správania
1x mesačne	31,6 %	96	Štandardný výpožičný cyklus
Viackrát do mesiaca	25,7 %	78	Intenzívni komunitní čitatelia
Nepravidelne (< 1x za 3 mes.)	21,7 %	66	Príležitostní návštevníci
Raz za 2 – 3 mesiace	21,1 %	64	Sezónni / nárazoví čitatelia

Analýza „medzi riadkami“ (Frekvencia návštev)

- Nadpolovičná väčšina (57,3 %) prichádza pravidelne. Knižnica má pevne vybudovaný návyk návštevníkov, pre ktorých je súčasťou ich mesačného výpožičného cyklu.
- Až 42,8 % respondentov však zachováva zriedkavý alebo nepravidelný model návštev. Pri tejto skupine hrozí postupné odcudzenie od fyzických služieb knižnice.

Čo z toho vyplýva pre knižnicu?

Pre 42,8 % občasných návštevníkov sú kľúčové bezkontaktné a vzdialené služby (bibliobox, výpožičný automat, online rezervácie), ktoré im umožňujú kontakt s knižnicou aj mimo otváracích hodín a v čase ich vyťaženia.

2.3 Primárny dôvod návštevy knižnice (N = 304)

Primárny dôvod návštevy	Podiel (%)	Počet	Výnam pre knižnicu
Výpožička kníh a dokumentov	57,6 %	175	Dominantná funkcionálna úloha knižnice
Relaxácia, zábava, voľný čas	25,3 %	77	Knižnica ako komunitný priestor („Third Place“)
Štúdium a práca s lit.	14,1 %	43	Vzdelávacia a študijná funkcia
Špecifické slovné odpovede	2,9 %	9	Novinky, návšteva s deťmi, zážitkové čítanie

Analýza „medzi riadkami“ (Dôvody návštev)

- Hoci výpožička kníh ostáva dominantnou úlohou (57,6 %), viac ako ŠTVRTINA čitateľov (25,3 %) chodí do knižnice kvôli zážitku, relaxu a oddychu.
- Knižnica tak v Starej Ľubovni plní úlohu tzv. „Third Place“ (tretieho miesta) – neformálneho komunitného priestoru mimo domova a práce.

Čo z toho vyplýva pre knižnicu?

Knižnica nemôže fungovať len ako „sklad kníh“. Musí investovať do pohodlného sedenia, čitateľských kútikov, estetiky priestoru a rozvíjať komunitné zóny pre rodiny a mládež.

2.4 Hlavné lákadlá knižnice (N = 304)

Faktor atraktivity	Podiel (%)	Počet	Hodnotenie čitateľov
Knižničný fond a ponuka kníh	68,4 %	208	Absolútne kľúčový pilier spokojnosti
Príjemná atmosféra a ľudia	11,5 %	35	Sociálny a emocionálny rozmer knižnice
Tiché prostredie na štúdium	8,6 %	26	Zázemie pre sústredenú prácu
Sprievodné aktivity & Iné	11,5 %	35	Podujatia, PC/Internet, komplet kombinácie

Analýza „medzi riadkami“ (Lákadlá knižnice)

- Kvalitný fond je základná podmienka (68,4 %), no atmosféra (11,5 %) a ticho (8,6 %) sú faktory, ktoré vytvárajú pocit bezpečia a pohody.
- Čitatelia oceňujú rovnováhu medzi ľudským prístupom pracovníkov a pokojným prostredím na čítanie.

Čo z toho vyplýva pre knižnicu?

Prioritou ostáva dopĺňovanie knižničného fondu o novinky. Zároveň je potrebné priestorovo oddeliť rušnejšie komunitné zóny od tichých študovní, aby sa navzájom nerušili.

3. Využívanie tradičných a samoobslužných služieb (Grafy 5 – 9)

3.1 Využívanie online katalógu (N = 304, možnosť viacerých odpovedí)

Spôsob využitia / Názor	Počet odpovedí	Podiel (%)	Kategória využitia
Predlžovanie výpožičnej doby	135	44,4 %	Samoobslužná správa konta
Vyhľadávanie kníh (autor / názov)	125	41,1 %	Informačné vyhľadávanie
Zisťovanie dostupnosti titulov	118	38,8 %	Overenie pred návštevou
Pravidelné sledovanie noviniek	108	35,5 %	Aktivita a prehľad
Rezervácie / objednávky kníh	73	24,0 %	Pokročilá samoobsluha
Nevyužívam – preferujem osobný kontakt	50	16,4 %	Konzervatívny preferenčný profil
O službe som nevedel/a	42	13,8 %	Informačná medzera / nevedomosť
Nevyužívam – nie som technicky zdatný/á	18	5,9 %	Technologická bariéra
E-knihy / audioknihy	11	3,6 %	Digitálne formáty
Individuálne poznámky (tradičný prístup)	2	0,6 %	Iné osobné dôvody

Analýza „medzi riadkami“ (Online katalóg)

- Online katalóg je u aktívnych čitateľov vynikajúco etablovaný na administratívne úkony (predlžovanie 44,4 %, hľadanie 41,1 %).
- Vytvára sa však výrazná skupina čitateľov (13,8 % nevedomosť + 16,4 % preferencia pultu), ktorí nevyužívajú jeho potenciál.

Čo z toho vyplýva pre knižnicu?

Zavedenie krátko inštruktážneho letáku / QR kódu pri registrácii nového čitateľa a zverejnenie videonávodu na prácu s kontom zvýši využívanie rezervácií a predlžovania z domu.

3.2 Využívanie biblioboxu na vracanie kníh (N = 304)

Odpoveď / Postoj	Podiel (%)	Počet	Miera akceptácie
Áno, využívam bibliobox	62,2 %	189	Masívne prijatá bezkontaktná služba
Nie, preferujem tradičné spôsoby	30,3 %	92	Trvanie na osobnom kontakte pri pulte
Iné odpovede (nevedomosť, nevhodné miesto, občas)	7,5 %	23	Vedľajšie výhrady a zriedkavé použitie

Analýza „medzi riadkami“ (Bibliobox)

- Bibliobox je najlepšie prijatou samoobslužnou inováciou knižnice (využíva ho vyše 62 % čitateľov).
- Poskytuje flexibilitu vracania 24/7 a šetrí čas čitateľom aj knihovníkom pri pultoch.

Čo z toho vyplýva pre knižnicu?

Bibliobox je potrebné udržiavať v plnej prevádzke a zabezpečiť jasné označenie pravidiel vracania. Zároveň slúži ako vzor úspešného zavedenia bezkontaktnej služby.

3.3 Externý výpožičný automat (N = 304)

Postoj čitateľov	Podiel (%)	Počet	Hlavná príčina
O službe som nevedel/a...	53,6 %	163	Masívny informačný dlh v propagácii
Nie / Preferujem osobný kontakt & výber	35,9 %	109	Záľuba v prehliadaní regálov / obavy
Áno, využívam / Doplnujúce odpovede	10,5 %	32	Aktívni používatelia a skúšajúci

Analýza „medzi riadkami“ (Externý výpožičný automat)

- Pri výpožičnom automate narážame na najväčšiu komunikačnú medzeru: vyše polovica čitateľov (53,6 %) o službe vôbec nevie!
- Druhou bariérou (35,9 %) je psychologická preferencia osobného kontaktu a rituálu fyzického výberu kníh z regálu.

Čo z toho vyplýva pre knižnicu?

Automat si vyžaduje ciele propagáciu kampaň („Ako si vypožičať knihu 24/7“), vizuálne označenie pri vstupe a prepojenie s e-mailovými notifikáciami.

3.4 Samoobslužný terminál RFID Selfcheck (N = 304)

Hodnotenie služby	Podiel (%)	Počet	Postoj čitateľa
Áno, rýchle, pohodlné, šetrí čas	29,6 %	90	Vysoká spokojnosť a efektivita
Nie, radšej počkám v rade na kontakt	25,0 %	76	Preferencia osobnej obsluhy
Áno, veľmi praktické	18,4 %	56	Pozitívne prijatie (Spolu pozitívne: 48,0 %)
O službe som nevedel/a	13,8 %	42	Informačná medzera
Nie, nie som technicky zdatný/á	11,2 %	34	Technologická obava / bariéra
Iné špecifické odpovede	2,0 %	6	Deti vracajú knihy, občasné použitie

Analýza „medzi riadkami“ (RFID Selfcheck)

- Skoro polovica čitateľov (48,0 % v dvoch pozitívnych kategóriách) oceňuje rýchlosť a pohodlie terminálu.
- Štvrtina čitateľov (25,0 %) však radšej čaká v rade na ľudský pult a 11,2 % udáva strach zo zlyhania pri technológii.

Čo z toho vyplýva pre knižnicu?

Odporúča sa dočasne postaviť knihovníka-ambasadora priamo k selfchecku v špičkách. Osobná asistencia a zaškolenie pomôžu odbúrať strach z technológie u menej zdatných čitateľov.

3.5 Hodnotenie e-mailových notifikácií (N = 304, viac možností)

Hodnotenie užitočnosti	Počet odpovedí	Podiel (%)	Dopad na čitateľa
Pripomienky termínu vrátenia kníh	186	61,2 %	Ochrana pred poplatkami z omeškania
Informácie o novinkách a podujatiach	163	53,6 %	Marketingový a komunitný prehľad
Nečítajú / nevšímajú si e-maily	26	8,6 %	Pasívni príjemcovia
O službe nevedeli	5	1,6 %	Minimálna nevedomosť
Nevyhovuje / neužitočné	3	1,0 %	Zanedbateľná nespokojnosť
Dostávajú to rodičia / Žiadne nechodia	3	1,0 %	Technicko-organizačné špecifiká

Analýza „medzi riadkami“ (E-mailové notifikácie)

- E-maily sú jednoznačne najúspešnejším digitálnym komunikačným kanálom knižnice s masívnou užitočnosťou pre vyše 60 % čitateľov.
- Úspešne sa tu spája servisná funkcia (pripomienka výpožičnej lehoty) s marketingovou funkciou (pozvánky na podujatia a novinky).

Čo z toho vyplýva pre knižnicu?

Práve cez e-mailové notifikácie (ktoré číta vyše 60 % ľudí) by mala knižnica komunikovať menej známe služby – napr. v päťke e-mailu pravidelne uvádzať návod na používanie výpožičného automatu.

4. Syntéza správania: Dva odlišné profily čitateľov 2024

Dáta z prieskumu 2024 ukazujú, že čitateľská základňa Ľubovnianskej knižnice sa polarizuje do dvoch vyhranených používateľských profilov, ktoré vyžadujú odlišný prístup:

PROFIL A: Tradičný komunitný čitateľ (Zastúpenie: cca 30 – 35 % čitateľov)

- Preferuje osobný kontakt pri pultoch a rozhovor s knihovníčkou.
- Chodí do knižnice kvôli zážitku z výberu, atmosfére a tichu.
- Trvá na tradičnom vracaní kníh a odmieta samoobslužný selfcheck.
- Je citlivý na ľudskú vrelosť, empatie a odporúčania literatúry.

PROFIL B: Efektívny samoobslužný čitateľ (Zastúpenie: cca 50 – 60 % čitateľov)

- Vyžaduje rýchlosť, úsporu času a dostupnosť služieb 24/7.
- Aktívne predlžuje výpožičky cez online katalóg z domu.
- Masívne využíva bibliobox (62,2 %) a vítal by viac automatizácie.
- Oceňuje e-mailové pripomienky a automatické notifikácie.

5. Hlavné bariéry a komunikačné medzery v roku 2024

Typ bariéry	Prejav v prieskume 2024	Dopad a riešenie
1. Informačná bariéra (Nevedomosť o službách)	• 53,6 % nepozná výpožičný automat • 13,8 % nepozná online katalóg • 13,8 % nepozná selfcheck	Knižnica má k dispozícii moderné technológie, o ktorých podstatná časť čitateľov netuší. Riešením je masívnejšia propagácia.
2. Technická & Psychologická bariéra	• 11,2 % sa obáva zlyhania pri selfchecku • 5,9 % uvádza nedostatočnú technickú zdatnosť pri katalógu	Strach zo zlyhania pri stroji odrádza najmä starších čitateľov. Riešením je trpezlivá osobná asistencia a zaškolenie.
3. Zvyková bariéra (Záľuba v tradícii)	• 35,9 % preferuje osobný výber kníh z regálov • 25,0 % radšej čaká v rade na pult	Osobný rozhovor s knihovníkom je hlavným zmyslom návštevy. Služby nie je možné digitalizovať násilne.

6. Strategický akčný plán a odporúčania pre knižnicu

Pilier / Oblasť	Konkrétne opatrenia a odporúčania pre knižnicu
1. Informačná kampaň & Osveta	• Prepojiť vysoko čítané e-mailové notifikácie (61,2 %) s návodmi na výpožičný automat a katalóg. • Vytvoriť krátke vizuálne návody (QR kódy, videá na sociálnych sieťach) a umiestniť ich pri vstupe.
2. Asistencia & Edukácia čitateľov	• Zavedenie roly „ambasádora samoobsluhy“ priamo pri termináli selfcheck v najvyťaženejších časoch. • Trpezlivé zaškolenie menej zdatných čitateľov pre odbúranie obáv z technológie.
3. Rozvoj 'Third Place' priestoru	• Investovať do pohodlného sedenia, čitateľských kútikov a estetiky priestorov. • Priestorovo oddeliť hlučnejšie komunitné zóny pre rodiny s deťmi od tichých študovní pre mládež.
4. Hybridný model obsluhy	• Zachovať plnohodnotný osobný kontakt na pultoch pre čitateľov vyhľadávajúcich rozhovor. • Paralelne zrýchliť obsluhu vyťaženejších čitateľov cez plne funkčnú samoobsluhu a 24/7 automat.

7. Záver a vízia pre Ľubovniansku knižnicu

ZÁVEREČNÉ POSOLSTVO PRIESKUMU 2024

Služby na úrovni s ľudským srdcom a modernou technológiou

Prieskum 2024 potvrdil, že Ľubovnianska knižnica má mimoriadne silné zázemie, verných čitateľov a vysoko oceňovaný knižničný fond.

Kľúčom k ďalšiemu úspechu je preklenúť informačnú medzeru pri nových samoobslužných službách (výpožičný automat, selfcheck) a zároveň zachovať vrelú, komunitnú atmosféru, ktorú čitatelia na knižnici tak milujú.

Podakovanie patrí všetkým 304 respondentom, ktorí svojimi odpoveďami prispeli k ďalšiemu rozvoju knižnice!