

Σύγχρονες υπηρεσίες ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών: έχουμε πετύχει τους στόχους μας;

Αφροδίτη Μάλλιαρη¹, Ηλίας Νίτσος²,

Ηλιάννα Αρακά², Ματίνα Τζιρίνη²

malliari@libd.teithe.gr, nitsos@lib.teithe.gr, hliarak@lib.teithe.gr,
mtzir@lib.teithe.gr

¹Τμήμα Βιβλιοθηκονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης

²Κεντρική Βιβλιοθήκη

ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης, Τ.Θ. 141 Σίνδος, Τ.Κ. 57 400

Περίληψη

Οι ελληνικές ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ ανέπτυξαν μια σειρά από ηλεκτρονικές υπηρεσίες με στόχο την ικανοποίηση των εκπαιδευτικών και ερευνητικών αναγκών της ακαδημαϊκής κοινότητας. Ενδεικτικά, μπορούν να αναφερθούν τα Ιδρυματικά Καταθετήρια, τα Ηλεκτρονικά Μαθησιακά Συστήματα, οι Ψηφιακές Βιβλιοθήκες. Οι υπηρεσίες αυτές έχοντας περάσει από τα στάδια ανάπτυξης και πιλοτικής εφαρμογής είναι πλέον διαθέσιμες και μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τα μέλη της ακαδημαϊκής κοινότητας.

Ωστόσο η διάθεση των υπηρεσιών προς χρήση από μόνη της δεν είναι αρκετή για να θεωρηθεί συνολικά επιτυχής η φιλόδοξη προσπάθεια των βιβλιοθηκών. Με την ολοκλήρωση της ανάπτυξης των νέων υπηρεσιών, κρίνεται απαραίτητη η διεξαγωγή ερευνών, προκειμένου να αποτιμηθεί η διείσδυση και η προσφορά τους στη δομή και τις λειτουργίες των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και να αναπτυχθούν, αν είναι απαραίτητο, στρατηγικές για την προώθησή τους.

Στην παρούσα εργασία παρουσιάζονται τα αποτελέσματα μιας τέτοιας έρευνας αποτίμησης στην περίπτωση της βιβλιοθήκης ενός τεχνολογικού εκπαιδευτικού ιδρύματος. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια του χειμερινού εξαμήνου του ακαδημαϊκού έτους 2007-2008 στην οποία συμμετείχαν 1021 φοιτητές 5ου, 6ου και 7ου εξαμήνου από όλα τα τμήματα του Ιδρύματος. Τα δεδομένα συγκεντρώθηκαν με τη μέθοδο των ερωτηματολογίων. Από την επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων προκύπτει ότι σημαντικό ποσοστό των φοιτητών έχουν άγνοια για τις προσφερόμενες υπηρεσίες, ενώ τα επίπεδα χρήσης αυτών από φοιτητές που γνωρίζουν την ύπαρξή τους δεν είναι ικανοποιητικά. Ενδεικτικά, αναφέρεται ότι το 41,1% των ερωτηθέντων δε γνωρίζει το Ιδρυματικό Καταθετήριο, ενώ ανάλογο ποσοστό, παρόλο που ξέρει για την υπηρεσία αυτή, δηλώνει ότι δεν τη χρησιμοποιεί καθόλου. Ανάλογα είναι και τα ποσοστά για το Ηλεκτρονικό Μαθησιακό Σύστημα -το 36,3% δε γνωρίζει την υπηρεσία και το 35,6% δεν τη χρησιμοποιεί.

Αντικείμενο της εισήγησης αυτής αποτελεί, πέρα από την παρουσίαση της πραγματοποιηθείσας έρευνας, η παρουσίαση ενός σχεδίου προώθησης των υπηρεσιών της βιβλιοθήκης. Σε πρώτη φάση, αξιοποιούνται τα δεδομένα που προέκυψαν από την έρευνα σε σχέση με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των χρηστών. Κατόπιν, επιλέγονται οι στρατηγικές προώθησης με σκοπό την αποκατάσταση της επικοινωνίας μεταξύ της βιβλιοθήκης και των χρηστών της.

Λέξεις κλειδιά: Έρευνα χρηστών, Αξιολόγηση, Υπηρεσίες βιβλιοθήκης, Προώθηση βιβλιοθήκης, Ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες

Abstract

The Greek academic libraries in the context of EU and State funding developed a series of electronic services aimed at satisfying the needs of the academic community. By way of example we can mention the Institutional Repositories, Virtual Learning Environments and Digital Libraries. These services, having passed through the development and pilot application stages, are now available and can be used by members of the academic community.

Nevertheless, the fact that the services are available for use does not in itself suffice for the ambitious efforts of the libraries to be considered an overall success. Now that the new services are ready, it is considered necessary for research to be conducted in order to assess their level of penetration in the structure and operations of the educational institutes and to evaluate the need for the development of strategies aiming at their promotion within the institutes.

This work presents the results of one such assessment survey in the case of the library of a technological educational institute. The subjects of the survey, which was carried out during the winter semester of the academic year 2007-2008, were 1021 students from all departments of the Institute who were in their 5th, 6th and 7th semesters. The data was gathered using questionnaires. Processing and analysis of the data indicated that a significant proportion of the students did not know about the services offered, and that the level of use of those students who did know about them was not satisfactory. For example, it was reported that 41.1% of the respondents did not know about the Institutional Repository, and a similar percentage, despite knowing about this service, stated that they never used it. Similar percentages were noted for the Virtual Learning Environment – 36.3% did not know the service and 35.6% did not use it.

In addition to presenting the survey conducted, this paper also contains a promotional plan for the library services. In the initial phase, the data that emerged from the research in relation to the needs and wants of users is evaluated. Subsequently the promotional strategies aimed at establishing communication between the library and its users are chosen.

Keywords: User survey, Assessment, Library services, Library promotion, Academic libraries

1. Εισαγωγή

Οι ακαδημαϊκές Βιβλιοθήκες στην Ελλάδα έχουν σημειώσει σημαντική ανάπτυξη από το 1996, έτος που εφαρμόστηκε για πρώτη φορά επιδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω των προγραμμάτων ΕΠΕΑΕΚ. Οι ελληνικές ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ ανέπτυξαν μια σειρά από ηλεκτρονικές υπηρεσίες με στόχο

την ικανοποίηση των εκπαιδευτικών και ερευνητικών αναγκών της ακαδημαϊκής κοινότητας. Η Βιβλιοθήκη του ΑΤΕΙΘ ακολουθώντας την τάση της εποχής και προσπαθώντας να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των καιρών που δημιουργούν τα νέα πληροφοριακά δεδομένα, έχει επιτύχει την τελευταία δεκαετία αξιοσημείωτη πρόοδο, όπως παρουσιάζεται και στον παρακάτω πίνακα:

Έως το 1996

Επιστημονικό προσωπικό	2
Δικτύωση	Όχι
Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές	Όχι
Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες	Όχι
Οργάνωση υλικού	Υποτυπώδης
Κατάλογος	Δελτιοκατάλογος

1996 – 2008

Επιστημονικό προσωπικό	20
Δικτύωση	Ναι
Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές	100
Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες	Ναι
Οργάνωση υλικού	Πλήρης
Κατάλογος	OPAC

Ειδικότερα, τα τελευταία δύο χρόνια αναπτύχθηκαν μια σειρά από ηλεκτρονικές υπηρεσίες, όπως το Ιδρυματικό Καταθετήριο Εύρηκα!, το Ηλεκτρονικό Μαθησιακό Σύστημα Blackboard, η μετατροπή της ιστοσελίδας σε μια δυναμική πύλη κ.ο.κ.

Η Βιβλιοθήκη έκανε προσπάθειες εξοικείωσης και εκπαίδευσης των χρηστών στις νέες τεχνολογίες και τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Με την ολοκλήρωση των προαναφερθεισών προσπαθειών έγινε επιτακτική η ανάγκη αξιολόγησής τους καθώς η διάθεση των υπηρεσιών προς χρήση από μόνη της δεν είναι αρκετή για να θεωρηθεί συνολικά επιτυχής η φιλόδοξη προσπάθεια της Βιβλιοθήκης.

Επομένως, με την ολοκλήρωση της ανάπτυξης των νέων υπηρεσιών πραγματοποιήθηκε έρευνα κατά τη διάρκεια του χειμερινού εξαμήνου του ακαδημαϊκού έτους 2007-2008 στην οποία συμμετείχαν 1021 φοιτητές 5ου, 6ου και 7ου εξαμήνου από όλα τα τμήματα του Ιδρύματος. Η έρευνα διεξήχθη προκειμένου να αποτιμηθεί η διεπίδωση και η προσφορά των υπηρεσιών στη δομή και τις λειτουργίες του ΑΤΕΙΘ και να αναπτυχθούν, αν είναι απαραίτητο, στρατηγικές για την προώθησή τους.

2. Βιβλιογραφική επισκόπηση

Στην ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία διαφαίνεται η διαρκώς αυξανόμενη τάση των βιβλιοθηκών να διεξάγουν έρευνες και τα αποτελέσματα αυτών να αποτελούν σημαντικά εργαλεία αποφάσεων και δράσεων.

Από την ελληνική βιβλιογραφία ενδεικτικά αναφέρεται η «Έρευνα χρήσης των Βιβλιοθηκών του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων» (Ζάχος), η οποία διεξήχθη το 1999 και η οποία αναδεικνύει την προτίμηση των χρηστών στις παραδοσιακές υπηρεσίες των βιβλιοθηκών και γενικότερα τη δυσκολία ικανοποίησης των αναγκών τους. Την ίδια χρονιά, σχετική έρευνα πραγματοποίησε και η Βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Πατρών (Κορφιάτη, Γεωργίου 1999), στην οποία οι χρήστες εμφανίζονται πιο ενημερωμένοι και πιο θετικοί απέναντι στις υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης. Τονίζεται όμως η ανάγκη για περαιτέρω προσπάθεια. Αποκλειστικά για τις Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες Πληροφόρησης εκπόνησε έρευνα η Βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Μακεδονίας το 2006 (Αλβανούδη, Ζωντανός). Η συγκεκριμένη έρευνα έδωσε αρκετά θετικά αποτελέσματα, καθώς οι περισσότεροι χρήστες της Βιβλιοθήκης φαίνονται να γνωρίζουν αλλά και να χρησιμοποιούν τις παρεχόμενες υπηρεσίες και μάλιστα δηλώνουν ικανοποιημένοι από αυτές.

Ποικίλες έρευνες έχουν λάβει χώρα σε διάφορα Πανεπιστήμια του εξωτερικού κυρίως σε Μεγάλη Βρετανία και Αμερική. Χαρακτηριστική είναι η έρευνα που διεξήχθη το 2001 σε φοιτητές, καθηγητές και βιβλιοθηκονόμους σε 25 Πανεπιστήμια της Αγγλίας (Armstrong κ.ά) με έμφαση στην οπτική γωνία των χρηστών. Ειδικά, αναφέρει πως κυρίως οι πρωτοετείς φοιτητές δεν χρησιμοποιούν συχνά τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες των βιβλιοθηκών τους. Μάλιστα, τονίζεται η ανάγκη προώθησης όλων αυτών των υπηρεσιών. Στα ίδια σχεδόν αποτελέσματα οδηγεί και η έρευνα των Dee και Allen (2005), καθώς οι χρήστες δηλώνουν θετικοί για την ύπαρξη όλων των υπηρεσιών των βιβλιοθηκών, αλλά δεν τις χρησιμοποιούν ευρέως. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί η έρευνα που διεξήχθη το 2006 στο Waterford Institute of Technology Libraries (Hayden κ.ά.) σύμφωνα με την οποία οι χρήστες δείχνουν ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης χωρίς ωστόσο να ικανοποιούνται πλήρως οι πληροφοριακές τους ανάγκες. Επιπρόσθετα, δείχνουν να προτιμούν τις παραδοσιακές υπηρεσίες, τάση την οποία η Βιβλιοθήκη επιθυμεί να μεταστρέψει.

Διεθνώς οι βιβλιοθήκες σε μικρότερο ή σε μεγαλύτερο βαθμό έχουν αναπτύξει μια σειρά από πολύ σημαντικές και κυρίως χρηστοκεντρικές υπηρεσίες, που κύριο στόχο έχουν την γρήγορη, άμεση, έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση του τελικού χρήστη. Παρόλα αυτά, πολλές από αυτές τις υπηρεσίες παραμένουν άγνωστες ή/και απρόσιτες. Έτσι τονίζεται σχεδόν από όλους τους ερευνητές (Dee, Allen 2005), (Hayden κ.ά. 2005), (Xie 2007) η ανάγκη για περαιτέρω έρευνα και για την εφαρμογή σχεδίων προώθησης των υπηρεσιών των βιβλιοθηκών.

Στο ίδιο πνεύμα κινούνται και οι Κατευθυντήριες Οδηγίες της IFLA για την Ψηφιακή Πληροφόρηση, που προτρέπουν τις βιβλιοθήκες να διενεργήσουν έρευνες χρηστών

για τους πελάτες και για το προσωπικό λαμβάνοντας υπόψη τις ανησυχίες, τα προβλήματα και τα ερωτήματα του προσωπικού και των πελατών, να συνθέσουν και να αξιολογήσουν στατιστικές των δραστηριοτήτων της υπηρεσίας, καθώς και πιθανά τεχνικά ή ζητήματα πολιτικής και να εφαρμόσουν αλλαγές σε υπηρεσίες με βάση τη στατιστική ανάλυση και την ανατροφοδότηση βιβλιοθηκονόμων και πελατών (Σεμερτζάκη 2006).

3. Προώθηση υπηρεσιών ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών

Σύμφωνα με τη Schmidt (2007), οι βιβλιοθήκες έχουν βρεθεί πλέον σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, το οποίο χαρακτηρίζεται από την αυξανόμενη διάθεση πληροφοριών, της χρήση της τεχνολογίας επικοινωνιών (communication technology) και την ανάπτυξη του Διαδικτύου. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, πρέπει να διατηρήσουν την ταυτότητά τους και να αποδείξουν την αξία τους. Η τάση που διαμορφώνεται, προκειμένου να μπορέσουν οι βιβλιοθήκες να θεμελιώσουν το ρόλο τους και να εξασφαλίσουν την ύπαρξή τους, εν τέλει, αφορά στην υιοθέτηση στρατηγικών προώθησης (marketing). Τέτοιου είδους πρακτικές μέχρι πρόσφατα αφορούσαν μόνο κερδοσκοπικές επιχειρήσεις, οργανισμούς κ.λπ.

Τα οφέλη, όμως, που θα αποκομίσει ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός (η βιβλιοθήκη είναι ένας τέτοιος οργανισμός) από την υιοθέτηση τέτοιων πρακτικών είναι πολλαπλά: κατανοεί τις ανάγκες των χρηστών του, εξασφαλίζει περαιτέρω χρηματοδότηση (κυρίως για πολιτιστικούς οργανισμούς που δεν στηρίζονται στην κρατική στήριξη αλλά στην ιδιωτική χορηγία), επικοινωνεί αποτελεσματικά με το υπάρχον και το εν δυνάμει κοινό του και αποδεικνύεται εξαιρετικά αποδοτικός στο να παρέχει υπηρεσίες και προϊόντα που καλύπτουν τις αναγνωρισμένες προσδοκίες του κοινού του (Spalding 2006).

Σε ένα γενικότερο πλαίσιο προώθησης των υπηρεσιών των βιβλιοθηκών η Αμερικανική Ένωση Βιβλιοθηκών (American Library Association - ALA) προτείνει στο σύγγραμμά της για την εκστρατεία προώθησης των ερευνητικών και ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών –η οποία έχει τον τίτλο «@ your library™»– (ALA 2003) την εφαρμογή των καθιερωμένων σταδίων μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής προώθησης: έρευνα αγοράς, πλάνο επικοινωνίας, στρατηγικό σχεδιασμό, παράδοση υπηρεσιών και αξιολόγηση. Στο σύγγραμμα επισημαίνεται ιδιαίτερος η αξία του πλάνου επικοινωνίας ως μέσο προώθησης. Ένα πλάνο επικοινωνίας περιγράφει τους γενικούς και τους ειδικούς στόχους της βιβλιοθήκης, προσδιορίζει το κοινό στο οποίο απευθύνεται η βιβλιοθήκη, τα μηνύματα που πρέπει να διοχετευτούν και την εικόνα που ιδανικά πρέπει να σχηματίσει το κοινό της για τη βιβλιοθήκη. Επιπροσθέτως, το πλάνο επικοινωνίας καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο θα προσπαθήσει η βιβλιοθήκη να προωθήσει τα μηνύματα της, καθώς και τη συγκεκριμένη διαδικασία αξιολόγησης των αποτελεσμάτων της προσπάθειας αυτής.

Η εφαρμογή ενός συνολικού στρατηγικού σχεδίου προώθησης των υπηρεσιών μιας βιβλιοθήκης παρουσιάζεται στην εργασία των Neuhaus και Snowden (2003) για την περίπτωση της βιβλιοθήκης Rod του Πανεπιστημίου της Iowa. Στη συγκεκριμένη βιβλιοθήκη συστάθηκε μια επιτροπή προώθησης, η οποία ανέλαβε το έργο της προώθησης των υπηρεσιών της για το χρονικό διάστημα δύο ετών. Μεταξύ των τεχνικών προώθησης που εφαρμόστηκαν κατά καιρούς συμπεριλαμβάνονται: αποστολή ενημερωτικής αλληλογραφίας και ηλεκτρονικών μηνυμάτων, έρευνες φοιτητών, έρευνες προώθησης σε συνεργασία με φοιτητές τμημάτων εμπορίας και διαφήμισης, διαφημιστικά φυλλάδια, μπλουζάκια, διαφημιστικές επιγραφές κτλ. Η ανταπόκριση του κοινού ήταν ικανοποιητική και τα αποτελέσματα από τη δράση της επιτροπής και από την εφαρμογή του στρατηγικού σχεδίου προώθησης ήταν θετικά.

Πέρα από τους παραδοσιακούς τρόπους προώθησης των υπηρεσιών μιας βιβλιοθήκης, αρκετοί ερευνητές προσεγγίζουν το ζήτημα της προώθησης εξετάζοντας τα χαρακτηριστικά της νέας γενιάς, η οποία αποτελεί τη συντριπτική πλειοψηφία των χρηστών των ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών.

Στην εργασία της η Joan Lippincott (2005) εξετάζει τα χαρακτηριστικά της νέας γενιάς φοιτητών, επισημαίνοντας ότι οι βιβλιοθήκες πρέπει να επικεντρωθούν στα χαρακτηριστικά αυτά, αν επιθυμούν να προσελκύσουν τη νέα γενιά στους χώρους και τις υπηρεσίες τους. Στο πλαίσιο αυτό αναφέρεται και το παράδειγμα της βιβλιοθήκης Leavy του πανεπιστημίου της νότιας Καλιφόρνια, η οποία κατά το έτος 2004 δέχτηκε 1,4 εκατομμύρια επισκέψεις. Μεταξύ άλλων η συγκεκριμένη βιβλιοθήκη προσφέρει εκατοντάδες σταθμούς εργασίας με υποδομές που υποστηρίζουν τόσο την ατομική όσο και την ομαδική εργασία, εργαλεία λογισμικού που επιτρέπουν τη δημιουργία σύγχρονου πληροφοριακού έργου και στελεχώνεται με προσωπικό που μπορεί να ανταποκριθεί στις τεχνολογικές και πληροφοριακές ανάγκες των σύγχρονων χρηστών.

Το παράδειγμα της βιβλιοθήκης Leavy του πανεπιστημίου της νότιας Καλιφόρνια εξετάζουν στην εργασία τους και οι Gardner και Eng (2005). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνάς τους, οι σύγχρονοι φοιτητές επισκέπτονται τη βιβλιοθήκη περισσότερο για να προετοιμάσουν τις εργασίες μαθημάτων τους και λιγότερο για να δανειστούν κάποιο βιβλίο ή για να φωτοτυπήσουν κάποιο άρθρο. Ανάμεσα στα τελικά συμπεράσματα είναι ότι παράγοντες, οι οποίοι μπορούν να συμβάλουν στην αυξημένη χρήση των υπηρεσιών που προσφέρει μια βιβλιοθήκη, είναι η αύξηση του ωραρίου λειτουργίας (η συγκεκριμένη βιβλιοθήκη στη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους εξυπηρετεί τους φοιτητές σχεδόν είκοσι τέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο), το πλήθος των προσφερόμενων σταθμών εργασίας και η διαμόρφωση χώρων που θα προσφέρουν στους φοιτητές τη δυνατότητα να εργάζονται και ομαδικά.

Με τον ίδιο τρόπο προσεγγίζει το ζήτημα της προώθησης των υπηρεσιών των βιβλιοθηκών και ο Richard Sweeney (2005). Μελετά τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες της νέας γενιάς φοιτητών, οι οποίες αποτελούν το γνώμονα για τις τελικές προτάσεις του. Σύμφωνα με το συγγραφέα, οι βιβλιοθήκες μπορούν να γίνουν

πιο ελκυστικές στη νέα γενιά αναπροσαρμόζοντας τη φυσική υποδομή και το ωράριό τους. Όπως και οι προηγούμενοι συγγραφείς, προτείνει την ύπαρξη ειδικά διαμορφωμένων χώρων για τους φοιτητές που επιθυμούν να εργαστούν ομαδικά και για τους φοιτητές που επιθυμούν να εργαστούν ατομικά. Σε επίπεδο προώθησης με ηλεκτρονικά μέσα συνιστάται η προσαρμογή των ενημερωτικών ιστοσελίδων των βιβλιοθηκών, ώστε να ευρετηριάζονται εύκολα και να συμπεριλαμβάνονται στα αποτελέσματα της αναζήτησης μηχανών που είναι προσφιλείς στους φοιτητές, όπως η Google. Η τελευταία πρόταση ενισχύεται από την παρατήρηση ότι οι σύγχρονοι χρήστες έχουν την τάση να προτιμούν ενοποιημένα συστήματα αναζήτησης για όλες τις ανάγκες τους.

Οι Mi και Nesta (2006) επισημαίνουν τρόπους με τους οποίους οι ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες μπορούν να αξιοποιήσουν την τεχνολογία για να προωθήσουν τις υπηρεσίες τους. Δεδομένου ότι απευθύνονται σε κοινό που είναι εξοικειωμένο με τις σύγχρονες μορφές επικοινωνίας και πληροφόρησης (blogs, RSS, κτλ.) είναι πιο εύκολο να το προσεγγίσουν χρησιμοποιώντας τα ίδια εργαλεία και τα ίδια μέσα επικοινωνίας. Επιπρόσθετα, οι βιβλιοθήκες πρέπει να εμπλουτίσουν τις ιστοσελίδες τους με οπτικοακουστικό υλικό και να περιορίσουν στο μέτρο του δυνατού το κείμενο. Τέλος, πολυμεσικές εφαρμογές και παιχνίδια και θα πρέπει να προτιμώνται ως οδηγοί εκμάθησης και προώθησης υπηρεσιών.

4. Έρευνα χρηστών Βιβλιοθήκης ΑΤΕΙΘ

Στόχος της έρευνας είναι η εξέταση του βαθμού διεύθυνσης των νέων υπηρεσιών που παρέχονται από τη βιβλιοθήκη του ΑΤΕΙΘ και της προσφοράς τους στη δομή και τις λειτουργίες του εκπαιδευτικού ιδρύματος. Η διαδικασία, επομένως, γίνεται με σκοπό τον εντοπισμό των αναγκών και των επιθυμιών των χρηστών και την πλήρη αξιοποίηση των στοιχείων αυτών προκειμένου να αναπτυχθούν οι κατάλληλες στρατηγικές για την προώθηση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

4.1. Μεθοδολογία

Στατιστικός πληθυσμός για την παρούσα έρευνα αποτέλεσε το σύνολο των εγγεγραμμένων φοιτητών του πέμπτου, έκτου και έβδομου εξαμήνου φοίτησης σε όλα τα τμήματα και των πέντε σχολών του ΑΤΕΙΘ, οι οποίοι ανέρχονται στους 5643 κατά το ακαδημαϊκό έτος διεξαγωγής της έρευνας, σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία των γραμματειών των τμημάτων. Η επιλογή του πληθυσμού έγινε με βάση το κριτήριο ότι οι φοιτητές των συγκεκριμένων εξαμήνων είναι πιο έμπειροι και περισσότερο εξοικειωμένοι με τις υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης. Αποκλείστηκαν οι φοιτητές του όγδοου εξαμήνου, οι οποίοι λόγω πρακτικής άσκησης και πτυχιακής εργασίας δεν ήταν δυνατό να εντοπισθούν.

Το δείγμα, μεγέθους χιλίων είκοσι ενός αντικειμένων (1021) ορίστηκε με τη μέθοδο της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας. Επομένως, το αρχείο δεδομένων που

υπήρξε αντικείμενο μελέτης, αποτελείται από τα ερωτηματολόγια που συμπλήρωσε σε έντυπη μορφή το 18-20% των εγγεγραμμένων φοιτητών όλων των τμημάτων του Ιδρύματος.

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο των ερωτηματολογίων. Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν στις αίθουσες διδασκαλίας των θεωρητικών μαθημάτων των τριών υπό μελέτη εξαμήνων και στα εργαστήρια των διαφόρων τμημάτων σύμφωνα πάντα με τα αντίστοιχα ωρολόγια προγράμματα. Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε συνολικά 17 ερωτήσεις εκ των οποίων οι 16 ήταν κλειστού τύπου και η μια ήταν ανοικτού τύπου.

Οι ερωτήσεις είναι οι ακόλουθες: i) τμήμα φοίτησης, ii) εξάμηνο φοίτησης, iii) τρόπος πρώτης ενημέρωσης και επίσκεψης στη Βιβλιοθήκη, iv) συχνότητα χρήσης της Βιβλιοθήκης v) κατοχή κάρτας Βιβλιοθήκης, vi) λόγοι επίσκεψης στη Βιβλιοθήκη, vii) βαθμός ικανοποίησης από την εξυπηρέτηση του προσωπικού της Βιβλιοθήκης, viii) συχνότητα χρήσης των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης, ix) επικοινωνία με τους καθηγητές μέσω του Blackboard, x) βαθμός χρήσης του Blackboard, xi) συμμετοχή σε υπηρεσίες ενημέρωσης και εκπαίδευσης της Βιβλιοθήκης, xii) αποτελεσματικότητα Βιβλιοθήκης για ερευνητικούς σκοπούς, xiii) βαθμός ικανοποίησης από την συλλογή της Βιβλιοθήκης, xiv) συμμετοχή στην πολιτική προσκτήσεων, xv) αξιολόγηση της Βιβλιοθήκης ως προς το ωράριο λειτουργίας, το αναγνωστήριο και το κτήριο, xvi) τρόποι ενημέρωσης και προώθησης των υπηρεσιών, xvii) πρόταση βελτίωσης της Βιβλιοθήκης (ανοικτή ερώτηση).

Οι μεταβλητές είναι 66 στον αριθμό και είναι όλες ποιοτικές. Κατά την κωδικοποίησή τους, η οποία συνδέεται άμεσα με τις ιδιότητες των μεταβλητών, δίνεται ένας ακέραιος αριθμός για κάθε πιθανή απάντηση του ερωτώμενου, δηλαδή για κάθε ιδιότητα της μεταβλητής. Η κωδικοποίηση είναι γνωστό ότι προσφέρεται και ως μέσο ελέγχου της ορθότητας των πληροφοριών / απαντήσεων, καθώς επιτρέπει να διαπιστωθούν πιθανές αλληλοσυγκρουόμενες πληροφορίες και να αποκατασταθούν τα αληθινά δεδομένα, αν είναι δυνατόν ή να απομακρυνθούν τελείως. Το αρχείο των κωδικοποιημένων δεδομένων αποτέλεσε αντικείμενο στατιστικής επεξεργασίας, η οποία πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πακέτο S.P.S.S. ver. 15.0.

4.2. Αποτελέσματα της έρευνας

Σχεδόν οι μισοί φοιτητές (45,4%) που συμμετείχαν στην έρευνα επισκέφθηκαν για πρώτη φορά τη Βιβλιοθήκη από μόνοι τους χωρίς δηλαδή να έχουν ενημερωθεί σχετικά από επίσημη πηγή όπως είναι το τμήμα τους ή/ και η ίδια η Βιβλιοθήκη ενώ το 31,9% ενημερώθηκε από κάποιο συμφοιτητή του.

Το 46,7% των φοιτητών επισκέπτεται συνήθως τη Βιβλιοθήκη προκειμένου να μελετήσει στο αναγνωστήριο δικό του υλικό, το 32,2% να μελετήσει υλικό της Βιβλιοθήκης και μόλις το 5% για ψυχαγωγικό διάβασμα. Περισσότεροι από τους μισούς φοιτητές (54,6%) που έρχονται στη Βιβλιοθήκη δε δανείζονται κάποιο βιβλίο.

Το ποσοστό των φοιτητών που έρχεται στη Βιβλιοθήκη για να μελετήσει τα έντυπα περιοδικά της ανέρχεται μόλις στο 7,2%. Εξίσου μειωμένο (12%) είναι και το ποσοστό των φοιτητών που επισκέπτονται τη Βιβλιοθήκη για να έχει πρόσβαση στο πλήρες κείμενο των ηλεκτρονικών περιοδικών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το 40% των φοιτητών που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο δήλωσαν ότι δεν χρησιμοποιούν καθόλου τον online κατάλογο της Βιβλιοθήκης ενώ το 46,3% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι δεν έχει χρησιμοποιήσει καθόλου τη Heal Link, δεν έχουν αξιοποιήσει δηλαδή τη δυνατότητα που τους παρέχει η Βιβλιοθήκη να έχουν πρόσβαση στο πλήρες κείμενο άρθρων ξενόγλωσσων περιοδικών. Επίσης, οι μισοί περίπου από όσους συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο δεν έχουν κάνει χρήση ούτε του Ευρετηρίου Άρθρων Ελληνικών Περιοδικών (47,9%) ούτε της Πολλαπλής Βιβλιογραφίας (51,6%) (Βάση δεδομένων για τα μαθήματα των τμημάτων του ΑΤΕΙΘ όπου καταγράφονται ο σκοπός, το περιεχόμενο και η προτεινόμενη βιβλιογραφία).

Επίσης, οι φοιτητές του Ιδρύματος που συμμετείχαν στην έρευνα και απάντησαν στην ερώτηση πόσο συχνά χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης, το 41,4% δήλωσε σε σχέση με το Ιδρυματικό Καταθετήριο Εύρηκα! ότι δεν έχει χρησιμοποιήσει την υπηρεσία, ενώ το 41,1% ότι δεν τη γνωρίζει καθόλου. Πιο χαμηλά αλλά εξίσου σημαντικά είναι και τα ποσοστά της μηδενικής χρήσης του ηλεκτρονικού μαθησιακού συστήματος Blackboard καθώς το 35,6% όσων απάντησαν στην ερώτηση δήλωσαν ότι δεν έχουν χρησιμοποιήσει καθόλου την υπηρεσία ενώ το 36,3% ότι δεν την γνωρίζει.

Ενώ το 78,5% των ερωτηθέντων επιθυμεί να επικοινωνεί με τους καθηγητές του μέσω του Blackboard, το 61% δηλώνει ότι δεν έχει παρακολουθήσει κάποιο μάθημα στο οποίο χρησιμοποιείται το Blackboard ως μέσο ενίσχυσης της διδασκαλίας.

Οι περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες δεν έχουν συμμετάσχει ή δεν έχουν βοηθηθεί καθόλου από τις υπηρεσίες ενημέρωσης και εκπαίδευσης της Βιβλιοθήκης, δηλαδή: α) Ξενάγηση στο χώρο της Βιβλιοθήκης, β) Παρουσίαση των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης στο χώρο (αμφιθέατρο) κάθε Σχολής, γ) Παρουσίαση και εκπαίδευση στην τάξη κατά τη διάρκεια του μαθήματος, δ) Online εκπαίδευση για τον κατάλογο της Βιβλιοθήκης, ε) Online εκπαίδευση για το Ευρετήριο Άρθρων Ελληνικών Περιοδικών, στ) Οδηγίες χρήσης στα τερματικά των υπολογιστών Βιβλιοθήκης & αναγνωστήριων, ζ) Φυλλάδια παρουσίασης υπηρεσιών / Έντυπο Οδηγιών για τη χρήση online υπηρεσιών.

4.3. Συμπεράσματα

Από την επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων προκύπτει ότι σημαντικό ποσοστό των φοιτητών έχουν άγνοια για τις προσφερόμενες υπηρεσίες, ενώ τα επίπεδα χρήσης δεν είναι ικανοποιητικά. Σχεδόν οι μισοί και περισσότεροι φοιτητές δεν γνωρίζουν ή και δεν χρησιμοποιούν σημαντικές ηλεκτρονικές υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης

(Εύρηκα!, Blackboard, OPAC). Ένα μερίδιο ευθύνης για την παραπάνω άγνοια προφανώς ανήκει στο εκπαιδευτικό προσωπικό που δεν παροτρύνει τους φοιτητές να επισκέπτονται τους χώρους της Βιβλιοθήκης και να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της. Χαρακτηριστική περίπτωση αποτελεί το Blackboard, για το οποίο ενώ έχουν γίνει συστηματικές προσπάθειες για την προώθησή του κυρίως σε επίπεδο προσέγγισης των καθηγητών, ο βαθμός χρήσης του είναι χαμηλός, καθώς είναι οι καθηγητές εκείνοι που πρέπει να το καθιερώσουν ως μέσο διδασκαλίας, επικοινωνίας και αξιολόγησης. Επίσης, η εκπόνηση εργασιών στις περισσότερες περιπτώσεις δεν αποτελεί μέθοδο αξιολόγησης, ως εκ τούτου οι φοιτητές έχουν ένα κίνητρο λιγότερο για χρήση των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης. Ανάλογο μερίδιο ευθύνης ανήκει και στους φοιτητές, οι οποίοι κατά την εκπόνηση των εργασιών υποπίπτουν στο παράπτωμα της λογοκλοπής αντιγράφοντας άκριτα έτοιμο υλικό, συνήθως από το Διαδίκτυο. Παρόλα αυτά, δεν μπορούμε να αγνοήσουμε και το υπόλοιπο 30% των φοιτητών οι οποίοι αναζητούν πηγές πληροφόρησης και χρησιμοποιούν τις προαναφερθείσες υπηρεσίες, χωρίς μάλιστα την παρακίνηση των καθηγητών τους αλλά και σε ορισμένες περιπτώσεις και της Βιβλιοθήκης. Βέβαια, η χρήση αυτή βασίζεται στα ατομικά κίνητρα μεμονωμένων χρηστών και όχι στη σχεδιασμένη προσπάθεια προσέγγισής τους από τη Βιβλιοθήκη ή στην παροχή κινήτρων από τους καθηγητές.

Η μειωμένη χρήση των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης δεν σημαίνει απαραίτητα ότι δεν έχουν γίνει προσπάθειες για την προώθησή τους. Ωστόσο, οι προσπάθειες αυτές ήταν μεμονωμένες, δεν είχαν συστηματικό χαρακτήρα και ενδεχομένως να ήταν ανεπαρκείς, ώστε το ευρύ κοινό να γνωρίσει και να αξιοποιήσει πλήρως τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Επιπλέον, πρέπει να σημειωθεί ότι η ανάπτυξη και εφαρμογή αυτών των υπηρεσιών πραγματοποιήθηκε τα δύο τελευταία χρόνια, χρονική διάρκεια αρκετά σύντομη για την καθιέρωσή τους στην συνείδηση των χρηστών.

Το τελικό συμπέρασμα είναι ότι θα ήταν χρήσιμη η δημιουργία και εφαρμογή ενός συστηματικού σχεδίου προώθησης των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης στο σύνολό τους.

5. Στρατηγικός σχεδιασμός προώθησης της Βιβλιοθήκης του ΑΤΕΙΘ

Η στρατηγική προώθησης ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού περιλαμβάνει ορισμένα βασικά στάδια: ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος του οργανισμού (κοινό, χρηματοδότηση, αποστολή-σκοποί-στόχοι, ανταγωνισμός), κατάρτιση του σχεδίου προώθησης σε άμεση σχέση με τους στρατηγικούς του στόχους, εφαρμογή του σχεδίου και αξιολόγηση (Kotler 1996).

Στη συνέχεια προσαρμόζεται το προτεινόμενο περίγραμμα στην περίπτωση της Βιβλιοθήκης του ΑΤΕΙΘ.

5.1. Ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος

Το πρώτο βήμα –δηλαδή η γνωριμία με το κοινό και η εξακρίβωση των αναγκών του– έχει πραγματοποιηθεί με την προαναφερθείσα έρευνα. Σε πρώτη φάση λοιπόν, η Βιβλιοθήκη αποφασίζει να εστιάσει το ενδιαφέρον της στους φοιτητές του εκπαιδευτικού Ιδρύματος, οι οποίοι και θα αποτελέσουν το κοινό στο οποίο θα προωθηθούν οι υπηρεσίες της. Κατά συνέπεια, η Βιβλιοθήκη οφείλει απρόσκοπτα να προχωρήσει στις απαραίτητες ενέργειες, οι οποίες βρίσκονται και σε άμεση σχέση με την αποστολή της, στην οποία μεταξύ άλλων περιλαμβάνεται η ικανοποίηση των εκπαιδευτικών, ερευνητικών και ψυχαγωγικών αναγκών της ακαδημαϊκής κοινότητας του Ιδρύματος.

Μέρος της ανάλυσης του εσωτερικού περιβάλλοντος της Βιβλιοθήκης αποτελεί ο εντοπισμός των δυνατών και των αδύνατων σημείων. Ως αδυναμίες της Βιβλιοθήκης μπορούν να επισημανθούν τα παρακάτω: το κτήριο της Βιβλιοθήκης (θέση, πρόσβαση, διαρρύθμιση), το προσωπικό της (όσον αφορά στον αριθμό του) και η έλλειψη επαρκών διαύλων επικοινωνίας με τους φοιτητές. Στα δυνατά της σημεία μπορούν να αναφερθούν το ικανό και εξειδικευμένο προσωπικό, ο τεχνολογικός εξοπλισμός.

5.2. Κατάρτιση σχεδίου προώθησης

Με βάση τα προαναφερθέντα, το σχέδιο προώθησης περιλαμβάνει:

- **προσέγγιση νεοεισαχθέντων φοιτητών:** εμφανής παρουσία της Βιβλιοθήκης κατά τη διάρκεια των εγγραφών των πρωτοετών φοιτητών και συνδρομή της στους τελευταίους, διανομή φυλλαδίων όπου με συνοπτικό και εύληπτο τρόπο θα παρουσιάζονται οι υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης, υποδοχή πρωτοετών σε μία ανοιχτή εκδήλωση στην έναρξη του χειμερινού και του εαρινού εξαμήνου κάθε ακαδημαϊκού έτους.
- **προσέγγιση φοιτητών πέραν των πρωτοετών:** παρουσιάσεις, κατά τη διάρκεια των μαθημάτων, της Βιβλιοθήκης ή μεμονωμένων υπηρεσιών, ξεναγήσεις στη Βιβλιοθήκη, επιλογή ενός ή δύο βιβλιοθηκονόμων-υπεύθυνων για κάθε Σχολή (liaison librarians), οι οποίοι θα είναι υπεύθυνοι για την επικοινωνία με τη συγκεκριμένη Σχολή, προγράμματα πληροφοριακού γραμματισμού (σε σύνδεση με το ανάλογο online πρόγραμμα της Βιβλιοθήκης) για τον εντοπισμό, την ορθή χρήση και την αξιοποίηση των πηγών πληροφόρησης.
- **διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων:** προβολή ταινιών, εικαστικές εκθέσεις με τη συμβολή καλλιτεχνών της πόλης ή ακόμη και της ακαδημαϊκής κοινότητας, συναυλίες, σε μία προσπάθεια να αναδείξει η Βιβλιοθήκη το ρόλο της ως πολιτιστικού οργανισμού, να συμβάλλει στη γενικότερη παιδεία του κοινού της και να βελτιώσει την εικόνα της.

- **δημιουργία ενός εύστοχου συνθήματος (slogan) και ενός ελκυστικού λογοτύπου** που θα αντιπροσωπεύει τη φρέσκια και δυναμική εικόνα που θέλει να προωθήσει η Βιβλιοθήκη στο κοινό της.

5.3. Εφαρμογή σχεδίου προώθησης

Η εφαρμογή του σχεδίου προώθησης προϋποθέτει την επιλογή των κατάλληλων προσώπων για την υλοποίησή του, αλλά και τη δέσμευση όλου του προσωπικού για την επίτευξη του κοινού στόχου. Η ενημέρωση όλων των εργαζομένων για την προσπάθεια που λαμβάνει χώρα είναι απαραίτητη, έτσι ώστε ο καθένας –από τον υφιστάμενο ως τον προϊστάμενο– να λειτουργεί στο πνεύμα της εικόνας που θέλει να προωθήσει η Βιβλιοθήκη.

Επιπλέον, κρίνεται απαραίτητη η δημιουργία ομάδων με διορισμό υπευθύνου, οι οποίες θα δραστηριοποιούνται σε συγκεκριμένους τομείς του σχεδίου προώθησης και θα αναφέρονται στον υπεύθυνό τους, ο οποίος και θα έχει άμεση επαφή με τον προϊστάμενο της Βιβλιοθήκης (Κουτούζης 1999).

5.4. Αξιολόγηση

Προκειμένου να διαπιστωθεί ο βαθμός διεύθυνσης των προσπαθειών της Βιβλιοθήκης στο κοινό της, πρέπει κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους να γίνονται αξιολογήσεις της ανταπόκρισης του κοινού, αναθεωρήσεις της στρατηγικής που έχει αποφασισθεί λόγω απρόβλεπτων προσκομμάτων ή μη ανταπόκρισης των χρηστών. Για το λόγο αυτόν πρέπει να τηρούνται στατιστικά στοιχεία και να γίνονται μηνιαίες αναφορές από τον/τους υπεύθυνο/υπευθύνους κάθε δραστηριότητας. Η συμπλήρωση σύντομων ερωτηματολογίων μετά την περαίωση κάποιας δραστηριότητας, θα βοηθούσε σημαντικά στην αξιολόγησή τους. Τέλος, κρίνεται χρήσιμη η ενθάρρυνση των φοιτητών να εκφράζουν τις απόψεις και τα παράπονά τους ανώνυμα και γραπτά (π.χ. σε ειδικό χώρο στην είσοδο της Βιβλιοθήκης). Τα στοιχεία αυτά θα αξιοποιηθούν και κατά τη διάρκεια του ακαδημαϊκού έτους αλλά και στο τέλος του, οπότε και θα γίνει αποτίμηση του έργου της Βιβλιοθήκης, όσον αφορά στην προώθηση των υπηρεσιών της.

6. Συζήτηση - Προτάσεις

Στο πλαίσιο της ραγδαίας ανάπτυξης των ελληνικών βιβλιοθηκών τα τελευταία χρόνια, κρίνεται απαραίτητη η υιοθέτηση επιστημονικών μεθόδων για την αποτίμηση της λειτουργίας τους. Μία τέτοια μέθοδος είναι η συγκριτική προτυποποίηση (benchmarking), η οποία αφορά στην καθιέρωση βέλτιστων πρακτικών σε συγκεκριμένους τομείς, εφόσον έχει προηγηθεί η σύγκριση μεταξύ των μεθόδων που εφαρμόζουν σε αυτούς τους τομείς ομοειδείς οργανισμοί. Στην ελληνική πραγματικότητα, η Μονάδα Ολικής Ποιότητας Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών

(ΜΟΠΑΒ) έχει αναλάβει την συγκέντρωση στατιστικών στοιχείων που αφορούν στη λειτουργία και τις υποδομές των ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών. Σε συνεργασία με το σύνολο των ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών, η ΜΟΠΑΒ θα μπορούσε να προχωρήσει, μέσω της συγκριτικής προτυποποίησης, στην καθιέρωση βέλτιστων πρακτικών για βασικές λειτουργίες των ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών, όπως οι στρατηγικές προώθησης τους.

Η παρούσα εργασία προτείνει ένα συνολικό σχέδιο προώθησης των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης του ΑΤΕΙΘ. Ωστόσο δεν πρέπει να παραλείψουμε να αναφερθούμε στον προβληματισμό των Neuhaus και Snowden, οι οποίοι θίγουν και τις αρνητικές συνέπειες που μπορεί να έχει ένα επιτυχημένο σχέδιο προώθησης. Η επιτυχής προώθηση των υπηρεσιών μίας βιβλιοθήκης δημιουργεί αυξημένες προσδοκίες στο κοινό της και αυξημένες υποχρεώσεις στο προσωπικό της βιβλιοθήκης. Μελλοντικά το προσωπικό μπορεί να αποδειχτεί ανεπαρκές για να εξυπηρετήσει την αυξημένη ζήτηση των υπηρεσιών. Συνεπώς, οι βιβλιοθήκες θα πρέπει να επιλέγουν να προωθήσουν εκείνες τις υπηρεσίες, οι οποίες θα μπορέσουν και μελλοντικά να υποστηριχθούν χωρίς να επιβαρύνουν τον προϋπολογισμό τους.

Τέλος, δεν πρέπει να αγνοηθεί το γεγονός ότι στη διεθνή βιβλιογραφία απαντώνται συχνά περιπτώσεις βιβλιοθηκών οι οποίες καταρτίζουν στρατηγικά σχέδια προώθησης με σκοπό την προσέγγιση χορηγών. Οι χορηγοί εξασφαλίζουν την οικονομική βιωσιμότητα των βιβλιοθηκών, καθώς η κρατική επιχορήγηση δεν επαρκεί για την ανάπτυξή τους. Στην Ελλάδα παρόμοια φαινόμενα είναι εξαιρετικά σπάνια, ωστόσο η υιοθέτηση παρόμοιων μεθόδων προσέλκυσης χρηματοδότησης θα αποδειχτεί χρήσιμη στο εγγύς μέλλον.

Βιβλιογραφία

- ΑΛΒΑΝΟΥΔΗ, ΝΟΥΛΑ, ΖΩΝΤΑΝΟΣ, ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ, 2006. Έρευνα ικανοποίησης χρηστών από την Υπηρεσία Ηλεκτρονικής Πληροφόρησης της Βιβλιοθήκης του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.
<http://conference.lis.upatras.gr/files/3.05.FullText.pdf> [Τελευταία πρόσβαση 30/06/2008]
- ΖΑΧΟΣ, ΓΕΩΡΓΙΟΣ Κ., 1999. Έρευνα χρήσης των Βιβλιοθηκών του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. http://www.mopab.gr/activities/dihmerides/19-20_Noembrioy_1999/omilia_zaxoy.pdf [Τελευταία πρόσβαση 13/07/2008].
- ΚΟΡΦΙΑΤΗ, ΜΑΡΙΝΑ, ΓΕΩΡΓΙΟΥ, ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ, 1999. Αξιολόγηση υπηρεσιών: έρευνα χρηστών της Βιβλιοθήκης και Υπηρεσίας Πληροφόρησης του Πανεπιστημίου Πατρών. <http://eprints.rclis.org/archive/00010329/01/8psab033.pdf> [Τελευταία πρόσβαση 30/06/2008]
- ΚΟΥΤΟΥΖΗΣ, Μ., 1999. Γενικές αρχές management. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- ΤΣΑΚΩΝΑΣ, ΓΙΑΝΝΗΣ, 2003. Λογότυπα βιβλιοθηκών. *Υφέν : βήμα για την τυπογραφία* 4(3) σ.38-43.
- ALA, 2008, @ your library: the campaign for America's libraries <http://www.ala.org/ala/pio/campaign/campaignamericas.cfm> [Τελευταία πρόσβαση 12/7/2008].
- ARMSTRONG, CHRIS, *et al*, 2001. A study of the use of electronic information systems by higher education students in the UK. *Program*. 35 (3) pp. 241-262.
- DEE, CHERYL, *et al*, 2006. A Survey of the Usability of Digital Reference Services on Academic Health Science Library Web Sites. *The Journal of Academic Librarianship* 32 (1) pp. 69-78.
- GARDNER, S., *et al*, 2005. What Students Want: Generation Y and the Changing Function of the Academic Library. *Portal: Libraries and the Academy*. 5 (3) pp.405-420.
- HAYDEN, HELEN, 2005. User survey at Waterford Institute of Technology Libraries: How a traditional approach to surveys can inform library service delivery. *New Library World* 106 (1/2) pp. 43-57.
- HERGET, JOSEF, HIERL, SONJA, 2007. Excellence in libraries: a systematic and intergrated approach. *New Library World* 108 (11/12) pp.526-544.
- KOTLER, PHILIP, 1999. *Strategic marketing for nonprofit organizations*. New Jersey: Prentice Hall.

- KWON, NAHYUN, 2006. User satisfaction with referrals at a collaborative virtual reference service. *Information Research* 11(2). <http://informationr.net/ir/11-2/paper246.html> [Τελευταία πρόσβαση 30/06/2008].
- LIPPINCOTT, J.K., 2005, Net generation students and libraries. *EDUCAUSE Review*. 24 (4) pp. 56-66.
- MI, J., *et al*, 2006. Marketing library services to the Net Generation. *Library Management*. 27 (6/7) pp.411-422.
- NEUHAUS, C., *et al*, 2003. Public relations for a university library: a marketing programme is born. *Library Management*. 24 (4/5) pp.193-203.
- OWENS, IRENE, 2002. *Strategic marketing in library and information science*. USA: Haworth.
- POLL, ROSWITHA, PAYNE, PHILIP, 2006. Impact measures for libraries and information services. *Library Hi-tech* 24(4) pp.547-562.
- SWEENEY, R.T., 2005, Reinventing Library Buildings and Services for the Millennial Generation. *Library Administration & Management*. 19 (4) pp. 165-175.
- SUTTON, LYNN, 2003. Collaborating with our patrons: letting the users select. <http://www.ala.org/ala/acrl/acrlvents/lsutton.PDF> [Τελευταία πρόσβαση 30/06/2008].
- XIE, HONG IRIS, 2008. Users' evaluation of digital libraries (DLs): their uses, their criteria, and their assessment. *Information Processing & Management*.44 (3) pp. 1346-1373.