

RAFAEL BALL
University Library
Regensburg
e-mail: rafael.ball@bibliothek.uni-regensburg.de

SATYSFAKCJA KLIENTA JAKO KLUCZOWY CZYNNIK SUKCESU BIBLIOTEKI

Działania Biblioteki Centralnej Forschungszentrum Jülich na rzecz użytkowników¹



Rafael Ball studiował biologię, slawistykę i filozofię (Moguncja, Moskwa, Warszawa; 1983-1992). W 1994 r. uzyskał doktorat na Uniwersytecie w Moguncji. Od 1994 do 1996 r. pracował w Bibliotece Uniwersyteckiej we Fryburgu. W latach 1996-2008 kierował Biblioteką Centralną Forschungszentrum Jülich. Obecnie pełni funkcję dyrektora Biblioteki Uniwersyteckiej w Regensburgu. Jest członkiem Association of Special Libraries. Do jego najważniejszych publikacji należą: *The scientific information environment in the next Millennium*, *Library Management* 2000, no 1, pp. 10-12 i *Qualität und Quantität wissenschaftlicher Veröffentlichungen*, współautorstwo Maja Jokic (2006).

SŁOWA KLUCZOWE: Biblioteka. Użytkownicy biblioteki. Potrzeby użytkowników. Satysfakcja użytkowników. Standardy jakości.

ABSTRAKT: Ocena i zapewnienie satysfakcji klienta w długim okresie to integralne elementy zarządzania jakością w bibliotekach. Jakość definiowana jako „wszystkie te cechy i funkcje produktu lub usługi, które wpływają na stopień spełnienia przez nie ustalonych z góry lub podanych wymagań” (EOQ, 1976) w przypadku indywidualnego klienta ma charakter subiektywny, ale to właśnie na podstawie opinii każdego z nich powstaje ogólna ocena biblioteki, dzięki której może ona dokonać analizy swych mocnych i słabych stron. Artykuł dotyczy inicjatyw podejmowanych przez Bibliotekę Centralną Forschungszentrum Jülich w celu utrzymania klientów. Omówiono wyniki badań online przeprowadzonych w 2007 r., które posłużyły do podniesienia jakości produktów i usług przez nią oferowanych.

¹ Artykuł jest zmienioną wersją referatu wygłoszonego na XIV Międzynarodowej Środowiskowej Konferencji Naukowej „Biblioteka: klucz do sukcesu użytkowników” zorganizowanej przez Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Jagiellońskiego; Kraków, 2-3 czerwca 2008 r.

ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ W BIBLIOTEKACH

Horst Köhler, prezydent Republiki Federalnej Niemiec, w przemówieniu *Ein Freudentag für die Kulturnation (Dzień radości dla narodu kultury)* wygłoszonym w październiku 2007 r., podkreślił rolę bibliotek w budowaniu społeczeństwa opartego na wiedzy i informacji (Köhler, 2007). Szacunek, jakim cieszyły się biblioteki ze względu na swoją rolę w krzewieniu kultury, chronił je przed koniecznością stosowania zasad polityki zarządzania jakością. Do zmiany stanowiska w tej kwestii przyczynił się kryzys strukturalny bibliotek europejskich będący wynikiem, m.in.: niedostatecznego finansowania państwowych bibliotek i instytucji informacyjnych, braku społecznej akceptacji dla istniejącej formy świadczenia usług bibliotekarskich, spadku zainteresowania tego rodzaju usługami, zmian w zakresie usług świadczonych przez biblioteki, wynikających z wykorzystania nowoczesnych technologii, oraz rewolucja medialna i technologiczna w sektorze informacji.

W kontekście tych przemian sytuacja bibliotek, również bibliotek specjalnych, stała się jeszcze bardziej skomplikowana. Sprostanie nowej rzeczywistości wymaga od nich podejmowania działań zapewniających im dalsze istnienie. Jako przykład może posłużyć Biblioteka Centralna Forschungszentrum Jülich (Centrum Naukowo-Badawcze Jülich). Jest ona finansowana przez Centrum i razem z nim realizuje wiele projektów. Jej działalność, podobnie jak innych bibliotek specjalnych, nie opiera się na żadnej podstawie prawnej. Każdego dnia na nowo, dobrą pracą i wynikami, uzasadnia potrzebę swego istnienia. Przychylna opinia użytkowników oraz instytucji wspierającej ją finansowo wydaje się tu bardzo przydatna.

Biblioteka Centralna poszukuje innowacyjnych rozwiązań w celu utrzymania (niekiedy i odzyskania) zaufania klientów oraz ustalenia sposobów zoptymalizowania i dokumentowania jej efektywności. Wyjątkowego znaczenia nabierają aspekty ekonomiczne: controlling, marketing, zarządzanie relacjami z klientem oraz zapewnienie jakości, mające przyczynić się do poprawy świadczonych przez nią usług. Istotną rolę odgrywa także dywersyfikacja mediów i technologii, jaka zaszła w ciągu ostatnich dziesięciu lat: wiele nowych produktów Biblioteki stanowi wynik gromadzenia danych na nośnikach cyfrowych. Ponadto nowoczesne technologie pozwalają poszerzyć jej wachlarz świadczonych przez nią usług. Okazało się jednak, że tradycyjne metody nie wystarczają dziś do oceny pracy Biblioteki. Należało więc wytyczyć nowe standardy jakościowe, pozwalające określić jakość jej usług, takich jak: dostęp do czasopism elektronicznych i sieciowych baz danych faktograficznych, usługi alarmowe (informowanie użytkowników o nowościach książkowych, nowych produktach i usługach), konsulting informacyjny oraz wyszukiwanie online. W krajach anglojęzycznych wysiłki w zakresie osiągnięcia standardów i ustanowienia kryteriów jakościowych podjęto już na początku lat dziewięćdziesiątych XX w. Przejmując zasady zarządzania jakością od organizacji gospodarczych, działających w sektorach dóbr konsumenckich i kapitałowych założono, że jednym z najważniejszych celów zarządzania jakością w bibliotekach powinno być zorientowanie na potrzeby klienta.

W sektorze bibliotecznym „zorientowanie na klienta” definiuje się jako osiągnięcie przez niego trwałej satysfakcji ze świadczonych usług. Ważne jest, aby pojęcie to rozpatrywać z punktu widzenia klienta. Przywoływanie ustalonych wcześniej standardów bibliotecznym nie jest wskazane. Należy pamię-

tać, że klientami biblioteki będą/pozostaną tylko ci, którzy wysoko oceniają jakość świadczonych przez nią usług.

Do ogólnej oceny jakości usług świadczonych przez biblioteki stosuje się kryteria ustanowione przez Jennifer Tann w 1993 r. Zalicza się do nich: wiedzę o potrzebach klientów, bezbłądność świadczonych usług, dobrą jakość budynków i pomieszczeń bibliotecznych, właściwe wyposażenie biblioteki, efektywne administrowanie, efektywną usługę back-up i istnienie pętli informacji zwrotnych umożliwiających ciągle ulepszanie procedur (Tann, 1993). Satysfakcja klienta zależy zatem nie tyle od produktów, co od rezultatów, jakie one zapewniają. Te określa się jako „ilość możliwych zastosowań danego produktu oraz stopień satysfakcji, jaki odczuwany jest w związku z ich użytkowaniem” (Abbott, 1994, s. 16). Trzeba dodać, iż istnieją standardy umożliwiające ocenę jakości dóbr fizycznych, a także kody projektowe odpowiednio chroniące tę jakość. O ile jednak łatwo zdefiniować standard dóbr fizycznych, o tyle określenie wartości i parametrów opisujących jakość usług jest znacznie trudniejsze, standaryzacja jest tutaj możliwa tylko w ograniczonym zakresie.

KRYTERIA JAKOŚCI ŚWIADCZENIA USŁUG BIBLIOTECZNYCH Z PERSPEKTYWY BIBLIOTEKI CENTRALNEJ FORSCHUNGSZENTRUM JÜLICH

AKTUALNOŚĆ USŁUG I INFORMACJI

Badania prowadzone dziś przez naukowców muszą być wykonywane szybko, z nastawieniem na realizację potrzeb klientów, w sposób innowacyjny oraz z uwzględnieniem wysokości ponoszonych kosztów. Zapewnienie aktualności usług i informacji bibliotecznej ma więc w tym przypadku znaczenie kluczowe. Przy wciąż skracającym się okresie aktualności informacji, szczególnie informacji naukowej, technicznej i ekonomicznej, dbałość o aktualność usług bibliotecznych i aktualność źródeł informacji jest tym bardziej istotna (Polł i Te Boekhorst, 1996).

DOKŁADNOŚĆ INFORMACJI ORAZ ICH DOSTOSOWANIE DO POTRZEB UŻYTKOWNIKÓW

Usługi biblioteczne dla sektora nauki powinny charakteryzować się precyzją, jasnością, spójnością i dostosowaniem do potrzeb użytkowników. Ta ostatnia cecha jest szczególnie ważna w epoce nadmiaru informacji. Jednym z zadań biblioteki jest weryfikowanie, czy dana usługa informacyjna świadczona na rzecz klienta odpowiada jego potrzebom oraz czy nadaje się do użytkowania. Niewłaściwe dane płynące z bibliotek mogą narazić naukowców na niepowodzenie ich programów badawczych, zaszkodzić ich reputacji bądź reputacji zespołów badawczych, którymi kierują, a w konsekwencji także pozycji na arenie naukowej. Poza tym niewłaściwa informacja ekonomiczna stanowi zagrożenie dla ekonomicznego sukcesu przedsiębiorstwa.

NIEZAWODNOŚĆ

Kolejną cechą, którą należałoby przypisać usługom bibliotecznym świadczonym na rzecz sektora naukowo-badawczego, jest niezawodność. Czynniki

ten nabiera wyjątkowego znaczenia w kontekście szybkiego rozwoju mediów elektronicznych i technologii Web 2.0. Jakość pozyskiwanych informacji, znikające adresy URL, awarie serwerów oraz niedostępność domen nie mogą wpływać na obniżenie jakości usług informacyjnych świadczonych przez bibliotekę.

KOMPLETNOŚĆ

Nowoczesny użytkownik biblioteki oczekuje wyczerpującej odpowiedzi na swoje zapytanie. Przetworzenie za pomocą dostępnych mediów i z odniesieniem do różnych źródeł przedstawionego przez niego zapytania może być uważane za w pełni odpowiadające jego wymaganiom informacyjnym. Kryterium kompletności jeszcze nigdy nie było tak trudne do spełnienia, biorąc pod uwagę obecną różnorodność mediów występujących w bibliotece hybrydowej.

SZYBKOŚĆ

Biblioteki, świadczące usługi na rzecz nowoczesnego sektora naukowo-przemysłowego, nie tylko muszą dysponować aktualną informacją, muszą ją także szybko przekazać klientom. Opóźnienia powstające w oficjalnych kanałach komunikacyjnych wynikające z biurokratycznej mentalności, labiryntu niezrozumiałych operacji oraz ospałość w wykonywaniu zadań uniemożliwiają klientowi osiągnięcie satysfakcji. Zdaniem Biblioteki Centralnej Forschungszentrum Jülich zamówione przez klientów artykuły z czasopism należy dostarczyć im w ciągu 48 godzin.

ELASTYCZNOŚĆ PRZEKAZYWANIA INFORMACJI

Użytkownicy biblioteki oczekują, że będzie ona pełnić rolę doradcy informacyjnego, który zaoferuje im rozwiązania dostosowane do ich indywidualnych potrzeb. Oznacza to m. in. elastyczność oferty w zakresie formy przekazywanych informacji. Aby spełnić standardy jakościowe, biblioteka musi udostępniać informacje zarówno w formie drukowanej, jak i elektronicznej; oferować wysyłkę pocztą, firmą kurierską, e-mailem bądź w formie zakodowanego adresu URL; musi także uwzględniać zjawisko konwergencji mediów elektronicznych (e-czasopisma, e-książki, bazy danych).

Zapewnienie długookresowego funkcjonowania biblioteki nie jest wystarczającym warunkiem spełnienia kryteriów jakościowych i osiągnięcia wysokiego wskaźnika satysfakcji klienta. Podczas negocjacji z zarządem Biblioteka Centralna Forschungszentrum Jülich przedstawia raporty potwierdzające jej rentowność, uzasadnia, w jaki sposób przyczynia się do ogólnego sukcesu przedsiębiorstwa. Przywołanie takich argumentów, jak: ochrona dziedzictwa kultury, zapewnienie wolnego dostępu do informacji oraz podkreślenie znaczenia biblioteki jako miejsca spotkań społecznych i przedstawienie tym samym korzyści płynących z jej funkcjonowania, nie jest wystarczające w przypadku organizacji zorientowanej na zysk. Centra informacyjne muszą dowieść swojej ekonomicznej wartości i wydajności wyrażonej w formie „zwrotu inwestycji”. Biblioteki czerpią korzyść finansową z oszczędności czasu klientów, obniżenia kosztów osiągniętych w drodze skonsolidowanych zakupów usług informacyjnych oraz przychodów generowanych ze sprzedaży usług własnych (Herget,

2003). W publikacji *Special Libraries: Increasing the Information Edge (Biblioteki specjalne: wzrost wartości informacyjnej)* Jose Griffiths i Donald King podają przykład ponad 10 tys. instytucji informacyjnych oferujących swe usługi przemysłowi, którym udało się udowodnić korzyści płynące z działalności (Griffiths i King, 1993). Ciekawe, iż nawet taka biblioteka jak British Library, która ze względu na zakres swego działania praktycznie nie musi przedstawiać analiz ekonomicznych, zdecydowała się poddać analizie koszty własne i korzyści płynące ze świadczonych przez nią usług informacyjnych (Hobohm, 2007, s. 30-31). Wynika z niej, że każdy funt szterling zainwestowany w ciągu roku generuje na rzecz gospodarki brytyjskiej ponad cztery funty. Fakt naprawdę godny uwagi.

BADANIE JAKOŚCI USŁUG BIBLIOTEKI CENTRALNEJ FORSCHUNGSZENTRUM JÜLICH

Określenie poziomu satysfakcji klienta to tylko część ogólnej oceny działalności biblioteki. Ocenie całościowej służy zarówno wartość ilościowa, jak i ocena jakościowa świadczonych przez nią usług. Wartość ilościową baz danych, e-czasopism oraz mediów drukowanych można zmierzyć na podstawie statystyk dostępu uzyskanych z serwerów biblioteki i z serwerów współpracujących z nią wydawców. Korzystanie z mediów można sprawdzić na podstawie rocznych statystyk wypożyczeń. Biblioteka Centralna Forschungszentrum Jülich przedstawia wartość ilościową wszystkich mediów i usług w raporcie rocznym. Jeżeli zachodzi taka konieczność (negocjacje z wydawcami i decydentami), wykorzystuje statystyki produktowe (np. te dotyczące e-czasopism lub baz danych) oraz dane wygenerowane przez „Juelich Electronic Resource Management System” („System Zarządzania Zasobami Elektronicznymi Juelich”).

Wymienione wyżej działania pozwalają określić satysfakcję klienta, a pośrednio – choć niestety w ograniczonym zakresie – także jakość świadczonych usług. Do innych metod umożliwiających określenie satysfakcji klienta zalicza się: wywiady z wybranymi klientami, zogniskowany wywiad grupowy oraz sondaże użytkowników. Oprócz tego ważnych informacji na temat efektywności pracy biblioteki dostarczają badania typu *mystery shopping*². Są one jednak rzadko stosowane w praktyce.

Informacje na temat konkurencyjności wybranej biblioteki przynoszą także badania porównawcze satysfakcji klienta (*benchmarking*) przeprowadzane dla różnych instytucji. Porównanie identycznych lub podobnych usług może być impulsem do optymalizacji usług świadczonych w danej bibliotece (Mundt i Guschker, 2003).

Wiosną 2007 r. Biblioteka Centralna Forschungszentrum Jülich przeprowadziła wśród użytkowników sondaż online. Przygotowano go wspólnie z Instytutem Bibliotekoznawstwa i Nauk Informacyjnych Uniwersytetu Humboldta w Berlinie. O współpracy Biblioteki Centralnej z Instytutem zdecydowały: outsourcingowy charakter prac związanych z projektowaniem badania, podsumowaniem jego wyników i sporządzeniem stosownych raportów; sposób jego

² Badanie typu *mystery shopping* polega na aranżowaniu sytuacji, w której ankieter występuje w roli potencjalnego klienta, starającego się uzyskać informacje na temat danego produktu lub usługi. Technika ta pozwala na przeprowadzenie obserwacji uczestniczącej (ankieter jest klientem) i obserwacji biernej (ankieter obserwuje zachowania innych klientów).

przeprowadzenia, pozwalający na uzyskanie większej akceptacji dla sondażu wśród kadry naukowej Forschungszentrum Jülich; możliwość *benchmarkingu* z innymi bibliotekami, które korzystały wcześniej z usług Instytutu. Przebieg badania nadzorował zespół projektowy.

Badaniem objęto ofertę informacyjną (książki, bazy danych, e-czasopisma) i usługi świadczone przez Bibliotekę Centralną (m.in.: działalność Wydawnictwa Biblioteki, usługi językowe, bibliometrię, artotekę), które daleko wykraczają poza wachlarz usług tradycyjnej placówki bibliotecznej. Pytania kwestionariusza dotyczyły częstotliwości korzystania z usług Biblioteki Centralnej, stopnia ich dostosowania do wymagań klientów, aktualności dostępnego zakresu informacji oraz opinii na temat ukierunkowania usług świadczonych przez Bibliotekę.

Badanie ankietowe przeprowadzono w lutym 2007 r. online, korzystając z serwera sieciowego Uniwersytetu Humboldta. Jego wyniki opracował Instytut Bibliotekoznawstwa i Nauk Informacyjnych Uniwersytetu Humboldta w Berlinie.

Ponad 80% klientów oceniło, że oferta e-czasopism Biblioteki Centralnej jest aktualna i wyczerpująca. Usługę oceniono „bardzo dobrze” lub „dobrze”. Tematyczne bazy danych prowadzone przez Bibliotekę uzyskały podobne noty. Strona internetowa Biblioteki została uznana za ważne źródło informacji przez ponad 90% osób. Potrzebę optymalizacji zauważono w zakresie dostępu do określonych źródeł informacji (bazy danych, e-czasopisma). Dobrze oceniono usługę przesyłania dokumentów, usługę wyszukiwania literatury oraz usługę alarmową. Ponad 75% klientów oceniło je „dobrze” lub „bardzo dobrze”. Usługa przesyłania dokumentów oferowana przez Bibliotekę Centralną została uznana za niezwykle ważną przez około 98% ankietowanych.

Duża liczba klientów chwaliła sobie profesjonalne doradztwo bibliotekarzy i ich dostępność, godziny pracy biblioteki, także dostęp do informacji i źródeł przez Internet (24 godziny na dobę). Wśród elementów wymagających poprawy wskazano na stanowiska pracy w czytelnicy oraz sposób rozmieszczenia zasobów w obszarze wolnego dostępu.

Wyniki badań przedstawiono poszczególnym organom Biblioteki, w tym Komisji Bibliotecznej oraz jej pracownikom. Posłużyły one ustaleniu mocnych i słabych stron placówki. Na ich podstawie przygotowano projekt działań mających na celu optymalizację zakresu usług świadczonych przez Bibliotekę.

Podsumowując, sondaż online pozwolił Bibliotece Centralnej nadać właściwy kierunek działaniom operacyjnym, organizacyjnym i strategicznym. Informacja zwrotna uzyskana od klientów stała się podstawą do negocjacji z instytucją zarządzającą Biblioteką. Nie zrealizowano zaplanowanego porównania benchmarkingowego z innymi bibliotekami. Nie pozwoliły na to heterogeniczność tychże bibliotek oraz specyfika Biblioteki Centralnej Forschungszentrum Jülich.

Badanie potwierdziło pozycję Biblioteki Centralnej jako profesjonalnego usługodawcy. Jej klienci z zadowoleniem przyjęli możliwość wyrażenia opinii na temat oferowanych przez nią usług, przyczyniając się tym samym do dalszego rozwoju Biblioteki.

PROJEKTY W ZAKRESIE UTRZYMANIA LOJALNOŚCI KLIENTÓW REALIZOWANE PRZEZ BIBLIOTEKĘ CENTRALNĄ FORSCHUNGSZENTRUM JÜLICH

Zakres, w jakim klienci uczestniczą w rozwoju i zmianach organizacyjnych Biblioteki Centralnej, nie ogranicza się tylko do ustalenia ich indywidualnych potrzeb informacyjnych poprzez badanie ankietowe. W ramach koncepcji *open innovation* (otwartość na innowacje) jej użytkownicy są zapraszani do tworzenia nowych produktów informacyjnych.

Jednym z nich jest wortal Biblioteka Chemiczna, wspólna inicjatywa Biblioteki Centralnej i Forschungszentrum Jülich. Badanie marketingowe dotyczące funkcjonowania i oceny jakości Biblioteki Chemicznej przeprowadził Instytut Informacji Naukowej Thomson – ISI (Nowy Jork, Stany Zjednoczone).

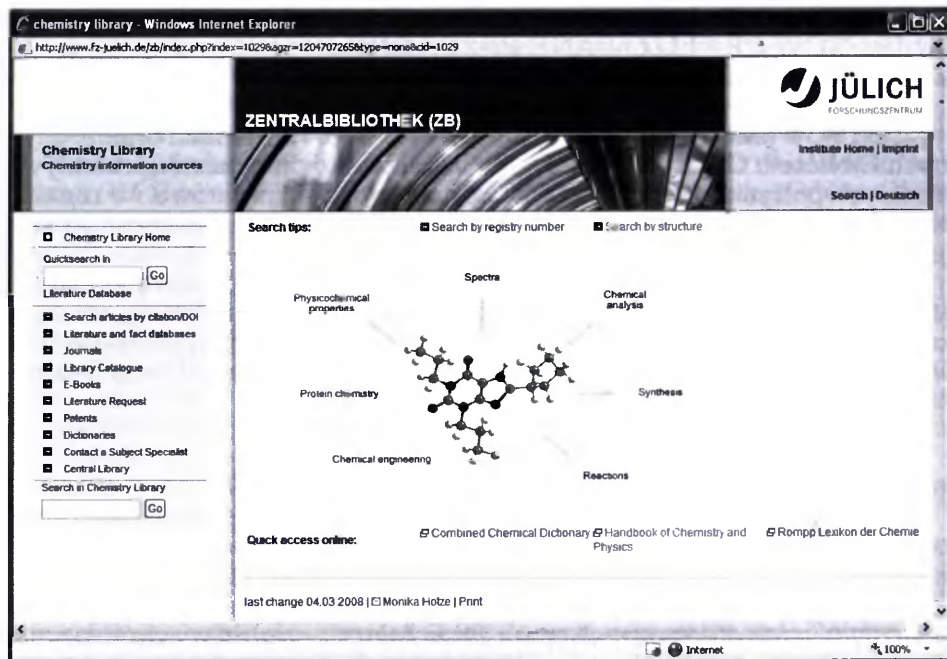
BIBLIOTEKA CHEMICZNA

Do powstania Biblioteki Chemicznej przyczynili się pracownicy Forschungszentrum Jülich zainteresowani możliwością zamieszczenia źródeł informacji chemicznej na stronach internetowych Biblioteki Centralnej. Idea Biblioteki Chemicznej polegała na połączeniu w jedną całość wszystkich usług informacyjnych oferowanych przez Bibliotekę Centralną w zakresie nauk chemicznych, w tym zarówno publikacji, zbiorów faktów i baz danych o faktach tak w formie drukowanej, jak i elektronicznej. Celem Biblioteki Chemicznej było dostarczenie informacji z dziedziny chemii i przedstawienie sposobów korzystania z jej zasobów, a także dostarczanie danych o aktualnie prowadzonych pracach badawczych. Projekt Biblioteki Chemicznej wdrażano metodą *lead users*³.

W styczniu 2006 r. zdefiniowano problemy związane z pozyskiwaniem informacji chemicznej. Skoncentrowano się na sposobach uświadomienia użytkownikom istnienia drukowanych źródeł publikacji chemicznych oraz na wyjaśnieniu problemów związanych z wyszukiwaniem danych o substancjach chemicznych. W lutym 2006 r. bibliotekarzom z Biblioteki Centralnej oraz naukowcom zajmującymi się badaniami w dziedzinie chemii przydzielono zadania do wykonania w ramach projektu.

Wiosną 2007 r. przedstawiono szczegółową koncepcję Biblioteki Chemicznej oraz propozycje dotyczące zawartości nowego serwisu tematycznego Biblioteki Centralnej. Pracownicy Centrum Naukowo-Badawczego Jülich opiniowali wygląd serwisu WWW Biblioteki Chemicznej i rodzaj treści, które miały zostać tam zamieszczone. Reklamy Biblioteki Chemicznej pojawiały się w kolejnych edycjach wewnętrznego newslettera wydawanego przez Centrum Badawcze. Do programu szkoleń realizowanych przez Bibliotekę Centralną włączono seminaria na temat jej funkcjonowania. Biblioteka Chemiczna rozpoczęła swoją działalność w maju 2007 r.

³ Termin *lead users* (wiodący użytkownicy) odnosi się do osób lub firm, które stworzyły jakiś produkt lub usługę, ponieważ żaden z dotychczasowych produktów i żadna z dotychczasowych usług funkcjonujących na rynku nie zaspokajał/zaspokajała ich potrzeb. Testowanie, przy jednoczesnym czerpaniu korzyści, produktu lub usługi pozwala im na wprowadzanie kolejnych innowacji.



Rys. 1. Strona Biblioteki Chemicznej Biblioteki Centralnej

Źródło: http://www.fz-juelich.de/zb/chemistry_library [dostęp: 6.03.2008].

Architektura informacji na stronie głównej Biblioteki Chemicznej pozwala zrozumieć sposób organizacji dostępu do danych w serwisie. Wzorowi związku chemicznego przypisano cechy substancji, które on odpowiada (właściwości fizykochemiczne, widma, analiza, synteza, reakcje chemiczne), wskazując tym samym na możliwość formułowania zapytań chemicznych (zob. rys. 1).

Należy dodać, iż w opisywanym przypadku terminy „Inżynieria chemiczna” i „Chemia białek” co prawda nie łączą się bezpośrednio z żadną substancją chemiczną, ale mogą stanowić punkt wyjścia do dalszego wyszukiwania informacji. Pozostałe linki znajdujące się na stronie umożliwiają przejście do drukowanych i elektronicznych źródeł (np. Römpp Lexikon der Chemie), ponadto zawierają informacje na temat sposobów wyszukiwania danych.

Serwis umożliwia wyszukiwanie tematyczne i formalne. Funkcje serwisu Biblioteki Chemicznej opracowano zgodnie z sugestiami użytkowników. Źródła informacji na temat takich zagadnień, jak: syntezy, reakcje, itp., mają tabularyczną formę. Tam, gdzie było to możliwe, zapewniono bezpośredni dostęp do baz danych i słowników elektronicznych. Głębokie linki prowadzą do kolejnych źródeł znajdujących się w innych systemach informacyjnych (np. w katalogu bibliotecznym). Takie rozwiązanie minimalizuje liczbę czynności, które musi wykonać użytkownik, przechodząc pomiędzy systemami, a także eliminuje problemy z tym związane.

W serwisie Biblioteki Chemicznej zamieszczono elektroniczny formularz zamawiania danych oraz informacje na temat usługi wyszukiwania oferowanej przez Bibliotekę Centralną.

Biblioteka Chemiczna łączy w sobie różne bazy danych, jej usługi informacyjne zostały szczegółowo scharakteryzowane. Menu pomocy zawiera dokład-

ny opis działania poszczególnych funkcji serwisu. Do „tekstów pomocy” utworzonych przez dostawców zawartości dodano nowe wraz z przykładami opracowanymi przez bibliotekarzy dziedzinowych z Biblioteki Centralnej oraz kolejne łącza. Źródła informacji są ułożone według porządku charakterystycznego dla wszystkich podkategorii (syntezy, reakcje, itp.). Ułatwia to użytkownikom wyszukiwanie informacji, obsługa wortalu staje się szybsza i łatwiejsza.

Jeśli porównać możliwości pozyskiwania informacji w zakresie chemii w Internecie lub w innym portalu tematycznym z ofertą Biblioteki Chemicznej, to ta wydaje się dużo ciekawsza. Cechuje ją ukierunkowanie, jakościowy i tematyczny dobór źródeł oraz fakt, że źródła informacji w niej zamieszczone zostały dostosowane do potrzeb badaczy z Forschungszentrum Jülich. Biblioteka Chemiczna pozwala na bezpośredni dostęp do wybranych źródeł elektronicznych oraz na przeglądanie zawartości katalogu bibliotecznego i tematycznego portalu informacyjnego na metapozioście. Liczne przykłady użycia oraz różnorodność materiałów w niej zamieszczonych stanowią, szczególnie dla młodych naukowców, ważne źródło informacji.

Wywiady z klientami Biblioteki Chemicznej potwierdzają, iż cieszy się ona wysokim stopniem ich akceptacji.

SIEĆ WIEDZY JAKO ŹRÓDŁO DANYCH BIBLIOTEKI CENTRALNEJ

Sieć Wiedzy, podobnie jak baza danych Sieć Nauki, jest jednym z najważniejszych źródeł informacji Biblioteki Centralnej. Umożliwia wyszukiwanie literatury specjalistycznej, jest stosowana do wyznaczania klastrów cytatów, stanowi podstawę do świadczenia przez Bibliotekę Centralną usługi bibliometrycznej.

Wiosną 2007 r. Biblioteka Centralna podpisała umowę o współpracy z Instytutem Informacji Naukowej w Filadelfii, stając się tym samym jedyną niemiecką biblioteką niemiecką działającą w ramach partnerstwa instytucjonalnego ISI.

W maju 2007 r. miał miejsce pierwszy sondaż przeprowadzony wspólnie przez Bibliotekę Centralną i ISI. Jego celem było zbadanie satysfakcji pracowników Forschungszentrum Jülich korzystających z bazy ISI. O czasie i sposobie badania zostali oni poinformowani pocztą elektroniczną, a także poprzez wewnętrzny newsletter; w ponad 40 instytutach rozwieszono plakaty informacyjne. Przy doborze próby badawczej zwracano uwagę na wiek badanych, stanowisko, jakie zajmują w Centrum, reprezentowaną przez nich dziedzinę nauki oraz doświadczenie w korzystaniu z baz danych, szczególnie z bazy danych ISI. Ustandaryzowane pytania ankiety dotyczyły zachowania użytkowników podczas wyszukiwania informacji i oceny takich funkcji bazy, jak: Workflow, EndNoteWeb i Storage. Uczestnicy, biorący udział w badaniu, mogli także wyrazić swoją opinię na temat planowanych zmian w organizacji bazy danych ISI. Wywiady z pracownikami Forschungszentrum Jülich narysowano za pomocą kamery i dokumentowano na piśmie.

Badanie przeprowadzone przez ISI i Bibliotekę Centralną miało duże znaczenie zarówno dla pracowników Centrum (możliwość wypowiedzenia się na temat zasobów i organizacji treści w bazie ISI), jak i dla Biblioteki Centralnej (wykorzystanie wyników badania do podniesienia jakości usług i produktów informacyjnych). Wysoki wskaźnik uczestnictwa w sondażu jest dowodem na rosnącą świadomość jej użytkowników.

WNIOSKI

Satysfakcja użytkownika w dużym stopniu zależy od tego, czy dana biblioteka posiada zdolność uwzględniania jego potrzeb. Narzędzia służące utrzymaniu lojalności klientów, takie jak przeprowadzane regularnie sondaże, umożliwiają wykrycie jej słabych punktów i stanowią istotną informację użytą w celu optymalizacji usług bibliotecznych.

Uczestnictwo klientów w projektach typu *open innovation* pozwala na szybkie rozpoznanie ich potrzeb, co z kolei przekłada się na stopień ich satysfakcji, ta zaś oznacza sukces biblioteki.

BIBLIOGRAFIA

- Abbot, Christine (1994). *Performance Measurement in Library and Information Services*. London: ASLIB.
- European Organization of Quality Control: *Glossary of Terms used in Quality Control*. 4th ed. (1976). Rotterdam: Bouwcentrum.
- Griffiths, Jose M.; King, Donald W. (1993). *Special Libraries: Increasing the Information Edge*. Washington, DC: Special Library Association.
- Herget, Josef (2008). *Nutzennachweis von Spezialbibliotheken* [online]; [dostęp: 25.03.2008]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.opus-bayern.de/bib-info/volltexte/2005/122/pdf/herget_opl.pdf>.
- Hobohm, Hans-Christoph (2006). Was sollten uns Bibliotheken wert sein? *Kommunalpolitische Blätter*, H. 7 pp. 30-31.
- Köhler, Horst (2007). *Ein Freudentag für die Kulturnation*. Przemówienie prezydenta Republiki Federalnej Niemiec Horsta Köhlera z okazji ponownego otwarcia Biblioteki księżnej Anny Amalii 24.10.2007 r. w Weimarze [online]; [dostęp: 15.03.2008]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.bundespraesident.de/Anlage/original_644176/Festrede-des-Bundespraesidenten-beim-Festakt-zur-Wiedereroeffnung-der-Herzogin-Anna-Amalia-Bibliothek.pdf>.
- Mundt, Sebastian; Guschker, Stefan (2003). *Benchmarking als Ansatz für kundensorientierte Verbesserungsprozesse* [online]; [dostęp: 20.03.2008]. Dostępny w World Wide Web: <<http://www.b-i-t-online.de/20130-01/fach1.htm>>.
- Poll, Roswitha; Te Boekhorst, Peter (1996). *Measuring Quality. International Guidelines for Performance Measurement in Academic Libraries*. Munich: Saur. IFLA Publication 76.
- Tann, Jennifer (1993). Dimensions of quality in library settings. In: *Quality Management: Towards BS 5750*. Proceedings of a seminar held in Stamford. Lincs on 21 April 1993. Ed. by M. Ashcroft and D. Barton. Stamford Lincs: Capital Planning Information, pp. 23-31.

RAFAEL BALL

University Library

Regensburg

e-mail: rafael.ball@bibliothek.uni-regensburg.de

CUSTOMER SATISFACTION AS THE LIBRARY KEY TO SUCCESS

Steps taken by Forschungszentrum Jülich Central Library to the benefit of its patrons

KEYWORDS: Library. Library patrons. Patron needs. Patron satisfaction. Quality standards.

ABSTRACT: Evaluation and long-term assurance of customer satisfaction are integral elements of quality management in libraries. Quality defined as "all features and functions of a product or service that influence the way that product or service meets certain specified demands" (EOQ, 1976) is subjective in the case of each individual customer but the opinions of those customers make the basis for general evaluation which may help library in analyzing its strengths and weaknesses. The author discusses various initiatives taken by Forschungszentrum Jülich Central Library in order to retain its customers and presents results of online research performed in 2007 by the library in order to enhance the quality of its products and services.

Artykuł wpłynął do redakcji 5 września 2008 r.