

Univerzita Karlova v Praze
Filozofická fakulta
Ústav informačních studií a knihovnictví

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Kristýna Mrázová

Marketingová analýza doplňkových a nadstandardních služeb knihoven. Jejich význam pro návštěvnost a finanční přínos

Marketing Analysis of Additional and Extra Services of Libraries. Their Importance for Attendance and Financial Benefits

Praha, 2013

Vedoucí práce: Ing. Radka Johnová, Ph.D.

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Ing. Radce Johnové, Ph.D. za odborné vedení a cenné rady, připomínky a podněty při zpracování mé bakalářské práce.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval/a samostatně, že jsem řádně citoval/a všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 30.3.2013

.....

Kristýna Mrázová

Abstrakt

Cílem práce je provést analýzu nadstandardních a doplňkových služeb knihoven a jejich význam pro návštěvnost a finanční přínos. V teoretické části je zpracováno téma marketingu a jeho přínosu pro knihovny, definice veřejné knihovny a poskytovaných služeb, krátký rozbor možností financování knihoven a rozbor některých doplňkových a nadstandardních služeb nabízených českými i zahraničními knihovnami. Praktická část je věnována rozboru historie a současné situace Městské knihovny v Táboře a služeb, které nabízí. V této části je také zpracován průzkum mezi čtenáři, který se zabýval tím, zda čtenáři o nadstandardních a doplňkových službách knihovny ví a využívají je.

Přínosem práce je analýza stavu středně velké veřejné knihovny v oblasti služeb a uspokojování potřeb čtenářů a přehled doplňkových a nadstandardních služeb nabízených českými i zahraničními knihovnami.

Klíčová slova

Marketing knihovnických a informačních služeb

Služby veřejné knihovny

Doplňkové služby

Nadstandardní služby

Financování knihoven

Abstract

The aim of this work is to analyse an additional and extra services of libraries and their importance for attendance and financial benefits. Theoretical part describes marketing and its benefits for libraries, definition of a public library and services, brief analysis of financing libraries and analysis of some additional and extra services offered by Czech and foreign libraries. Practical part is devoted to analysis of history and the current situation in Tabor City Library and services it offers. There is also a research included in this section questioning whether readers know and use an additional and extra library services.

This work presents analysis whether or not medium public library in the area of services meets reader's needs and also summary of additional and extra library services offered by Czech and foreign libraries.

Keywords

Marketing of library and information services

Public library services

Additional services

Extra services

Financing of libraries

Obsah

Poděkování.....	2
Úvod.....	9
1 Marketing knihovnických a informačních služeb.....	10
1.1 Definice marketingu.....	10
1.2 Marketingový mix.....	10
1.3 Knihovnický marketing.....	11
1.3.1 Stanovení úkolů a funkcí knihovny.....	11
1.3.2 Sestavení pracovní skupiny, shromáždění a zpracování údajů o knihovně.....	12
1.3.3 Segmentace trhu.....	14
1.3.4 Stanovení cílů marketingu a plánování nabídky.....	15
1.3.5 Propagace a public relations.....	15
1.3.6 Hodnocení, kontrola a měření výkonnosti.....	16
2 Veřejná knihovna a služby.....	18
2.1 Definice veřejné knihovny.....	18
2.2 Služby veřejné knihovny.....	18
2.2.1 Cíle knihovny.....	18
2.2.2 Služby uživatelům.....	19
2.2.3 Doplnkové a nadstandardní služby.....	21
3 Financování.....	23
4 Doplnkové a nadstandardní služby.....	24
4.1 Pojízdna knihovna.....	24
4.1.1 Situace v České republice.....	24
4.1.2 Situace v zahraničí.....	25
4.2 Služby typu document delivery.....	25
4.2.1 British Library.....	26
4.2.2 SUBITO.....	26
4.2.3 Integrovaná virtuální knihovna STK.....	27
4.2.4 Elektronická Pedagogická knihovna NPKK.....	27
4.2.5 Další situace v České republice.....	27
4.3 Virtuální referenční služby.....	28
4.3.1 Ptejte se knihovny.....	28
4.3.2 QuestionPoint.....	29
4.4 E-mail alert service.....	29

4.4.1	Informovanost čtenářů o novinkách ve fondu	29
4.4.2	Carmel Clay Public Library a její řešení	30
4.4.3	Úspěch E-mail alert služby	30
4.4.4	Situace v České republice	30
4.5	Knihovnické aplikace pro mobilní telefony	31
4.5.1	Autorský zákon	32
4.5.2	E-book	32
4.5.3	Text a librarian	33
4.5.4	Úspěch knihovnických aplikací pro mobilní telefony	33
4.6	Knihovnické služby pro seniory	33
4.6.1	Situace v zahraničí	34
4.6.2	Situace v Čechách	35
5	Táborská městská knihovna	36
5.1	Historie knihovny	36
5.2	Současný stav	36
5.3	Otevírací doba	37
5.4	Statistické údaje za rok 2011	38
5.5	Ceník pro rok 2012	38
5.6	5 P	38
5.6.1	Přívětivost	38
5.6.2	Pohodlí pro knihovníky	39
5.6.3	Přívětivé podmínky pro knihovní jednotky	39
5.6.4	Přístupnost	39
5.6.5	Působivost	39
5.7	Doplňkové a nadstandardní služby poskytované Táborskou městskou knihovnou	40
5.7.1	Ptejte se knihovny	40
5.7.2	Tematické kufříky	40
5.7.3	E-čtečky	41
5.7.4	Půjčování her	41
5.7.5	SMARTkatalog	42
6	Praktická část – dotazník	43
6.1	Stanovení hypotéz	43
6.2	Výsledky dotazování	44
6.3	Vyhodnocení hypotéz	47

6.4	Vyhodnocení dotazníku.....	48
	Závěr.....	49
7	Seznam citovaných zdrojů.....	50

Úvod

Knihovna byla už od dob jejího vzniku považována za centrum kultury a vzdělanosti. I díky rozvoji nových technologií se začíná její role měnit. Společně se vzděláním se snaží přinášet i zábavu a aktivní vyplnění volného času. Musí se vyrovnat se změnami ve společnosti a technologii a přilákat i mladou generaci, která knihovnu často vnímá jako zastaralou a nudnou instituci.

K přilákání nových čtenářů (nejen mladých) využívají knihovny nové služby jako je půjčování e-čteček a e-knih, půjčování audiovizuálních či audiálních médií (ta už mají v naší zemi dlouholetou tradici) a další služby. Tématem mé bakalářské práce jsou právě takové služby, které se dají charakterizovat jako doplňkové či nadstandardní a jejich cílem je udržet stávající čtenáře a přilákat nové.

I knihovny musí propagovat služby, které nabízejí. K propagaci služeb a zvýšení zájmu stávajících i potenciálních čtenářů slouží marketing. Ten byl dlouhou dobu vnímán jako součást komerční sféry, v 60. letech minulého století se ukázalo, že i nekomerční sféra potřebuje upozornit na své služby a nabídnout je správné skupině zákazníků. Díky výzkumu stávajících i potenciálních zákazníků se dají služby upravit na míru potřebám a přáním zákazníků, či se mohou připravit nové služby lépe odpovídající požadavkům čtenářů. Zároveň se mohou služby propagovat způsobem a prostředky odpovídajícími vkusu cílové skupiny a tak vyhovět požadavkům trhu.

Cílem mé práce nabídnout přehled doplňkových a nadstandardních služeb, které knihovny nabízejí v České republice a zahraničí. Na rozboru služeb Městské knihovny v Táboře práce ukáže, v jakém stavu jsou knihovnické služby ve středně velké veřejné knihovně a jak je vnímá veřejnost.

První část práce je teoretická a zabývá se marketingem knihoven, marketingovou analýzou a dále knihovnami a jejich službami. Tato část práce je deskriptivní. V druhé části detailněji rozeberu historii a aktuální stav Tábořské městské knihovny a služby, které tato knihovna nabízí. Tato část je analytická a obsahuje výzkum dotazníkovým šetřením současných čtenářů knihovny.

1 Marketing knihovnických a informačních služeb

1.1 Definice marketingu

Americká marketingová společnost použila v roce 1985 tuto definici: Marketing je procesem plánování a naplňování koncepce, oceňování, propagace a distribuce myšlenek, výrobků a služeb, který směřuje k uskutečnění vzájemné výměny uspokojující potřeby jedinců (1).

Cílem marketingu je uspokojit přání zákazníků a získání spokojených uživatelů, kteří zůstávají věrni proto, že jim instituce nabízí to, co potřebují, a nabízí to ve vysoké kvalitě. Marketing se nejdříve týkal pouze komerční sféry, ale v 60. letech 20. století se ukázalo, že marketing je potřeba i pro nekomerční instituce jako jsou knihovny či muzea. Nekomerční organizace (například knihovny či muzea) jsou závislé na tom, zda bude zájem o jejich nabídku. V dnešní době už knihovny nejsou jedinou institucí, která nabízí informační služby. Knihovna sice nabízí kvalitní informační služby, laický uživatel ale nepozná kvalitní služby od nekvalitních. Je proto potřeba uživatele poučit, jaké služby jim knihovna může nabídnout a jak kvalitní má informační zdroje (například databáze) (2). Čím intenzivněji jsou služby knihovny využívány, tím přesněji chápou potřeby svých uživatelů a jsou schopné je uspokojovat. A čím vyšší je počet spokojených uživatelů, tím pravděpodobnější je uznání a podpora veřejné knihovny veřejností a zřizovateli (3).

1.2 Marketingový mix

Marketingový mix byl dříve zaměřován na 4P neboli:

- Produkt (product),
- Distribuce (place),
- Cena (price) a
- Komunikační mix (promotion).

Dnes se orientuje spíše na 4C (4) neboli:

- Hodnota pro zákazníka (customer value),
- Náklady pro zákazníka (cost to the customer),
- Komfort (convenience) a
- Komunikace (communication).

Cílem tedy není konečný výrobek (služba), ale zákazník, ke kterému cílový produkt směřuje. Zákazníky více než cena zajímají celkové náklady při využívání produktu. Principy marketingového mixu pro knihovny jsou následující:

- Hodnota knihovnických a informačních služeb – musí být kvalitativně i kvantitativně upokojivá pro stávající i potenciální uživatele.
- Náklady pro uživatele – nevycházejí z tržních nákladů, služby jsou poskytovány buď bezplatně, nebo za úhradu skutečně vynaložených nákladů (podle knihovnického zákona). I přesto by se mělo přihlížet ke konkurenčnímu prostředí – například cena za internet by neměla být vyšší než v internetové kavárně.
- Komfort pro uživatele – příjemné prostředí pro uživatele, kam se bude rád vracet.
- Komunikace s uživatelem – jedná se nejen o reklamu a public relations, ale obousměrnou komunikaci jako jsou adresné informace e-mailem či telefonem.

1.3 Knihovnický marketing

Knihovny hrají svou roli v lokálním měřítku – mnoho z nich slouží jako centra vzdělávání (spolupráce se školami, pracovními agenturami, apod.), ale mohou sloužit jako centra zdravotních informací (např. informace o chřipkové epidemii) či životním prostředí (např. informace o recyklování odpadu) (5). Informace již nejsou doménou knihoven, jsou dostupné i jinými kanály. Tím klesá hodnota fondu knihoven, naopak roste význam knihovníků a jejich služeb – vyhledání relevantních a hodnotných informací, které je pro běžného člověka těžké vyhledat.

Přenesení cílů marketingu do praxe vyžaduje využití marketingových nástrojů. Jedná se o formování nabídky (velikost fondu, kvalita), formování komunikace (propagace, public relations), formování distribuce (volba místa, výpůjční doba) a investic uživatele (registrační poplatky, pokuty) (4, str. 39).

Marketingová koncepce pro veřejné knihovny má několik etap zavádění.

1.3.1 Stanovení úkolů a funkcí knihovny

Nejprve je důležité ujasnit si, jaké úkoly chce knihovna plnit. To neznamená zaměřit se na střední proud, ale vyprofilovat si knihovnu, která bude i nadále plnit specifické úkoly plynoucí ze zákona, ale bude také lákat stávající i nové čtenáře.

Tyto úkoly se nejprve stanovují všeobecně a neobsahují konkrétní cíle. Každá knihovna je jiná, a proto neexistuje obecně platná marketingová strategie. Zjednodušeně se dá říci, že knihovna si musí odpovědět na tři základní otázky:

1. Geografie čtenářů – bude sloužit pouze městu/městské části, nebo i širšímu okolí?
2. Na koho bude orientovat svou nabídku – na jednotlivce, skupiny, firmy, sdružení či spolky?
3. Jaké potřeby má knihovna uspokojovat – vyplnění volného času, vzdělávání, poskytování informací pro koníčky, zábavy a komunikace?

Stanovovat úkoly je nicméně možné až po získání souhlasu politických organizací. Změna orientace knihovny se dotkne také pracovníků – i proto musí rovněž souhlasit se změnou, bez jejich pomoci a nadšení nepůjde stanovovat a plnit marketingové cíle.

1.3.2 Sestavení pracovní skupiny, shromáždění a zpracování údajů o knihovně

Poté, co se stanovily úkoly knihovny je na řadě první fáze – sběr dat a jejich zpracování. Tento úkol je náročný, doporučuje se sestavit pracovní skupinu, která na tomto úkolu bude pracovat. Pracovní skupina určí, kdo vykoná určité úkony a v jakém časovém horizontu.

Důležitá data jsou například:

- Jaké informace o knihovně jsou k dispozici?
- Jaké údaje chybí a je možné je zjistit?
- Jaké údaje nelze zjistit?
- Kdo se postará o získání dalších dat, kdo je vyhodnotí a co vypovídají (3, str. 56)?

Důležitou úlohou pracovní skupiny je zajištění, že knihovnické služby budou odpovídat potřebám veřejnosti, veřejné finanční prostředky jsou využívány účelně a odpovědně, je udržována kontinuita služeb, knihovna je schopna účinně reagovat na změny a zaváděním nových služeb knihovna odpovídá na potřeby veřejnosti (9).

1.3.2.1 Průzkum trhu

Cílem průzkumu trhu je vyhnout se nepřesným odhadům a předvídat změny trendů. Je potřeba do něj zahrnout interní informace o vnitřních zdrojích (náklady, pracovníci, pracovní procesy, úkoly a cíle, ...) a externí informace (cílové skupiny, konkurence, subjekty spolupráce, veřejné mínění, finanční zdroje, ...). Díky těmto informacím se může porovnat stávající a chtěný stav.

Důležitý je průzkum mezi čtenáři (stávajícími i potencionálním). Kdy chodí čtenáři do knihovny, kam a co si půjčují? Jak se v knihovně chovají? Jaké jsou jejich preference - není potřeba změnit nabídku? Jak reagují na poplatky – může jejich snížení přivést do knihovny nové čtenáře? To je jen několik možných otázek, které si knihovna může položit během průzkumu.

1.3.2.2 Možnosti průzkumu trhu

Existuje mnoho možností, jak zkoumat trh. Jednou možností je primární průzkum – organizace ho může dělat svými vlastními prostředky, ale protože jen málokterá organizace má dostatek financí, aby si nechala udělat profesionální výzkum. Jedná se o průzkum za pomoci dotazníků, pozorování, skupinovou diskuzi, průzkum uživatelů, okolí (potencionální zákazníci) či pracovníků (jedná se o pracovní motivaci nebo o hledání nápadů na nové aktivity). Tento výzkum může být prováděn za pomoci techniky – například očních či průmyslových kamer, tachyskopu, galvanometru, audiometru anebo čtečky čárového kódu. Dobrým ukazatelem je i mechanické počítadlo vstupů nebo měření návštěvnosti webových stránek.

Dalším skupinou je sekundární výzkum. Ten se dále dělí na interní – například od zaměstnanců, dozorců, uvaděčů apod. Informace externího výzkumu můžeme najít ve statistických přehledech či ročenkách. Tyto informace jsou většinou zastaralé a nemohou přinášet žádnou konkurenční výhodu.

1.3.2.3 Dotazování

Dotazník je přímo koncipován podle potřeb zadavatele. Každý výzkum však může být zmatený, dotazování jedinci mohou lhát a dělat se lepšími.

Existuje několik základních pravidel pro tvorbu dotazníku – na začátek patří otázka, která je neutrální, ale dostatečně zajímavá, aby respondentu upoutala a dodala mu chuť vyplnit celý dotazník. Nesmí to být otázka osobního či choulostivého charakteru (věk, plat, apod.).

Otázky by měly být jednoduché, nevětvené a bez negativní formulace. Otázky jsou dvojího typu – otevřené a uzavřené.

Otázky s otevřeným koncem jsou buď zcela nestrukturované (vlastní názor), další možnosti jsou slovní asociace, dokončení věty/povídky/obrázku či tematického námětu. Tyto možnosti nejsou statisticky dobře zpracovatelné, poskytují však mnoho informací.

Pro statistické zpracování jsou lepší uzavřené (či polootevřené) otázky. Základní jsou dichotomické, které dávají na výběr ze dvou možností. Za jejich pomoci je možné respondenty rozdělit do dvou skupin. Další možností je výběr z více možností, vyžaduje to však důkladné promyšlení, aby nikomu z dotazovaných žádná možnost nechyběla. V tomto případě je důležité uvést, zda může respondent vybrat více možností nebo pouze jednu. Do uzavřených otázek patří i stupnice – lichá stupnice má prostředek, ve kterém je neutrální možnost. Sudá stupnice nutí přiklonit se k jedné z možností.

Osobní dotazování má několik výhod oproti elektronickému dotazování. Hlavní výhodou je možnost otázku dovysvětlit, předchází se tak nedorozumění ve formulaci otázky. Dále může tazatel zaznamenat i neverbální projevy související s odpověďmi. Naopak výhodou elektronického či písemného dotazování je možnost si odpověď promyslet. Neméně důležitou výhodou je jejich menší časová a finanční náročnost oproti osobnímu dotazování.

1.3.3 Segmentace trhu

Uživatelé (i ti potencionální) se liší různými vlastnostmi a díky tomu se člení do skupin (segmentů). Tyto segmenty by měly být snadno rozeznatelné a dostatečně velké, aby se vyplatilo je oslovit komunikačními cestami. Pro každou skupinu je vhodný jiný způsob oslovení - například osobním kontaktem či inzerátem v novinách nebo rozhlase.

Cílem segmentace je vytvořit marketingovou strategii napříč celým spektrem uživatelů. I v tomto případě platí, že situace každé knihovny je jiná, a proto nelze určit jednotné schéma segmentace.

Existuje několik možných kritérií segmentace:

- Geografické kritérium.
- Demografické kritérium – jedná se o pohlaví, věk, vzdělání, příjem, zaměstnání či životní cyklus rodiny.
- Psycho-grafické kritérium – týká se životního stylu, osobnostní charakteristiky nebo společenských vrstev.

Ne každé kritérium je použitelné ve všech případech. Geografické kritérium se hodí, připravuje-li knihovna akci pro určité městské části. Demografické kritérium využijeme při tvorbě služeb pro určitou věkovou skupinu – například pro důchodce.

Po rozboru této analýzy může knihovna zaměřit svou pozornost na cílovou skupinu, která knihovnických služeb nevyužívá, zjistit její potřeby a rozšířit své služby tak, aby je chybějící skupina začala využívat.

1.3.4 Stanovení cílů marketingu a plánování nabídky

Nyní je potřeba si vymezit cíle, a to v rámci úkolů, které jsme si ujasnili na začátku. Cíl je to, čeho má být v určité vymezené době dosaženo (3, str. 133). Cíle se dají stanovit až po analýze situace vnějších a vnitřních údajů o knihovně. Musí být takové, aby se jejich dosažení dalo kontrolovat.

Cíle se dají rozdělit na 3 druhy podle délky možného splnění:

- Krátkodobé – splnitelné v období 1 roku.
- Střednědobé – splnitelné v období 5 let.
- Dlouhodobé – splnitelné v období delším než je 5 let (6, 9).

Pro potřeby knihovnického marketingu se většinou doporučuje určit si krátkodobé cíle.

Cíle se dají dále dělit na dvě skupiny podle vymezenosti:

- Všeobecné – např. zvýšení počtu výpůjček, zvýšení počtu čtenářů, atd.
- Speciální – např. zrušení služeb, po kterých neexistuje poptávka, změna výpůjční doby apod.

Po stanovení cílů je možné začít plánovat konkrétní nabídku. Ta se bude lišit podle typu cílové skupiny – pokud se jedná o organizované skupiny, jako jsou sdružení a spolky, je nejlepší je přímo oslovit a zeptat se, co od knihovny chtějí, jaké služby by přivítaly. Je nutné počítat s tím, že nebudou mít o knihovnu zájem, protože si nedokážou představit, jaký přínos by pro ně mohla mít. Pokud projeví zájem o služby a novinky, je možné jim vyjít vstříc, ale zároveň stanovit hranice, za které knihovna nemůže jít.

Důležité je odpovědět si na několik otázek – které cílové skupiny budou zabezpečeny? Je aktuální personál dostatečný? Bude potřeba zavést nové služby, nebo ty stávající uspokojují potřeby? Při odpovídání na tyto otázky je třeba si uvědomit, že knihovna nemá sloužit speciálním skupinám, ale široké veřejnosti.

1.3.5 Propagace a public relations

Důležité je nejen nabídku připravit, ale zároveň ji i propagovat. K tomu je potřeba odpovědět si na následující otázky:

- Komu je nutné něco sdělit?
- Co je mu třeba sdělit?
- Čeho má být tímto sdělením dosaženo?
- Jaký užitek přinese sdělení uživateli, vezme-li v úvahu jeho obsah?
- Jaké problémy mu pomůže přijetí nabídky řešit?

- Jaký je nejlepší způsob jak doručit sdělení adresátovi (3, s. 149)?

K propagaci knihovna používá takové prostředky, které slouží ke zlepšení její image, snaží se zaujmout veřejnosti. Public relations využívá zejména tyto nástroje:

- Vizuální prostředky – logo knihovny, informační a orientační schéma, apod.
- Osobní komunikace – rozhovor s potencionálními i stávajícími čtenáři.
- Tištěné prostředky – plakáty a letáky, výroční zprávy, zpravodaje, zvláštní publikace knihovny (například o historii knihovny či komunity, kde působí) apod.
- Press relations (vztahy s médii) – média ovlivňují veřejné mínění, knihovna je tedy využívá k propagaci.
- Kulturní a vzdělávací aktivity – jsou součástí informační činnosti. Patří sem například výstavy, exkurze, dny otevřených dveří, apod.
- Lobbystické aktivity – zastavení nebo prosazení určitých změn ve veřejné politice.
- Vyhledávání sponzorů (7, 8).

Podle Směrnice International Federation of Library Associations (dále jen IFLA) se dají využít i další možnosti jako jsou:

- Knižní trhy.
- Webové stránky knihovny.
- Zakládání skupin Přátel knihovny.
- Oslavy výročí a vyhlašování roků s určitou tematikou.
- Napojení na skupiny místní veřejnosti.
- Záznamy knihoven v telefonních seznamech a jiných veřejných adresářích.

1.3.6 Hodnocení, kontrola a měření výkonnosti

Posledním krokem marketingové koncepce je hodnocení dosaženého stavu. To ukáže, zda se změna vyplatila, jestli se koncepce osvědčila a co bude potřeba zlepšit v budoucnosti.

Jedním z ukazatelů je spokojenost uživatele – ta se měří podle několika charakteristik: výpůjční doba, nabídka, její kvalita, vyřizování výpůjček, ochota personálu, přehlednost fondů, knihovna jako pracoviště, jako místo odpočinku, zařízení a vybavení a budova knihovny (3, s. 161). Pokud je uživatel spokojený, pravděpodobně doporučí služby knihoven i svému okolí, pokud je nespokojen, rozšíří své negativní zkušenosti mezi větší množství lidí, než v případě spokojenosti.

Dalším ukazatelem je popularita knihovny – ta má velký podíl na přilákání nových čtenářů. Jinými možnostmi hodnocení jsou kvalitativní ukazatele, jako je počet výpůjček a počet návštěv knihovny na obyvatele, počet registrovaných čtenářů v obyvatelstvu, dostupnost fondů apod.

Všechny programy a služby by se měly vyhodnocovat pravidelně, aby se zjistilo zda:

- Plní úkoly a stanovené cíle knihovny.
- Jsou aktuální a pravidelné.
- Odpovídají potřebám veřejnosti.
- Jsou schopny uspokojovat měnící se potřeby.
- Je nutno je zlepšit, upravit nebo nově stanovit.
- Jsou přiměřeně financovány.
- Jsou efektivní co do finančních nákladů (9, str. 73).

2 Veřejná knihovna a služby

2.1 Definice veřejné knihovny

Veřejná knihovna je podle IFLA definována takto: je to místní informační středisko zřízené a podporované společností. Dotované je buď prostřednictvím místní, regionální či národní správy, nebo jinou formou společenské organizace. Zajišťuje přístup k vědění, informacím a uměleckým dílům prostřednictvím různých zdrojů a služeb. Knihovna je povinna nabízet speciální služby uživatelům, kteří z jakéhokoliv důvodu nemohou využívat tradiční služby, například jazykovým menšinám či osobám se zdravotním postižením. Je tedy přístupná všem bez ohledu na národnost, věk, pohlaví, náboženství, jazyk, invaliditu, ekonomické postavení, zaměstnání a dosažený stupeň vzdělání.

Veřejná knihovna musí zpřístupňovat fondy odpovídající zájmům všech věkových vrstev. Musí nabízet jak tradiční materiály, tak odpovídající druhy moderních informačních médií a technologií. Fond by měl odpovídat místním potřebám, neměl by být ideologicky, politicky ani nábožensky ovlivněný (9).

2.2 Služby veřejné knihovny

2.2.1 Cíle knihovny

Cíle veřejné knihovny podle Andrlové a kol. (5) jsou následující:

Rovný přístup k informacím

Jak už jsem zmínila výše, veřejná knihovna je přístupná všem bez ohledu na národnost či ekonomické postavení. Propaguje tedy princip rovnosti přístupu k informacím (5) a zajišťuje dostupnost informačních technologií.

Vytváření komunit

V dnešní době se ukazuje jako důležité sdílet informace, knihovna k tomu poskytuje prostředí a vytváří sítě – v knihovně se mohou potkat uživatelé, kteří by k tomu jinak nedostali příležitost.

Podpora vzdělávání a výzkumu

Knihovny se svými zdroji informací a jednoduchému přístupu k informacím slouží jako základní zdroj pro vědecké zkoumání, které potřebuje obrovské množství údajů, které mu knihovna může zpřístupnit.

Podpora zaměstnanosti

V době krize se ukazuje rekvalifikace pracovní síly jako prostředek k získání pracovní pozice. Úkolem knihovny je poskytnout prostředí pro celoživotní vzdělávání a zároveň nabídnout informace k možnosti vzdělávání.

Podpora firem

Knihovny mohou budovat části svých fondů zaměřených na určitou oblast – podnikání či výrobu. Poskytují informace o standardech, normách či daních (5). Zároveň mohou firmám poskytnout speciální placené služby, jako jsou kurzy informačních technologií, nebo vyhrazeného knihovníka speciálně pro firmu apod.

Cíle podle IFLA

Směrnice IFLA (9) přidává i následující cíle:

- Vytváření a posilování čtenářských návyků od raného dětství.
- Povzbuzování imaginace a kreativity dětí a mládeže.
- Podpora dialogu mezi kulturami a kulturní rozmanitostí.
- Podpora tradice lidové slovesnosti.
- Podpora uvědomělého přístupu ke kulturnímu dědictví a k hodnotám umění a pokroku vědy.

2.2.2 Služby uživatelům

Veřejná knihovna musí poskytovat služby bez ohledu na ideologický, komerční či politický nátlak. Služby se musí rozvíjet a přizpůsobovat změnám ve společnosti, berou ohled na tradici i moderní technologie. Rozsah a šíře služeb závisí na velikosti knihovny a veřejnosti, které poskytuje služby. Služby se neomezuji jen na prostory knihovny, jdou přímo za uživatelem.

Jak jsem již zmínila dříve, knihovny jsou veřejně přístupné instituce, které poskytují knihovnické a informační služby. Jejich posláním je podílet se například na:

- Podpoře celoživotního vzdělávání, uspokojování kulturních potřeb všech občanů bez rozdílu.
- Poskytování informací z veřejné správy, umožnění rovnocenného přístupu k informacím.
- Poskytování informací z oblasti cestovního ruchu, podnikání, práva, menšin atd. – podpora nezávislého rozhodování.
- Zprostředkování, zpřístupňování a uchování lidského poznání.
- Podpoře tvořivosti a smysluplného trávení volného času, zábavy a rekreace.
- Podpoře rozvoje informační a počítačové gramotnosti.
- Podpoře a účasti na všech akcích a programech, které se zabývají odstraňováním negramotnosti, posilování čtenářských návyků, aj. aktivit.
- Podpoře rozvoje komunikace.
- Podpoře čtenářství, imaginace a kreativity u dětí a mládeže (10).

V České republice jsou služby, které veřejná knihovna musí zajišťovat, určeny zákonem. Jedná se o Zákon č. 257/2001 Sb., o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb (dále jen knihovní zákon). Služby knihoven je možné členit podle několika kritérií.

2.2.2.1 Členění základních služeb

Jedním z nich je rozdělení na výpůjční, bibliograficko-informační a konzultační služby (13).

Výpůjční služby

Jedná se o činnost spojenou s vytvářením fondů a jeho půjčováním. Řadí se do kategorie dokumentových služeb v automatizovaném i neautomatizovaném informačním systému.

Bibliograficko-informační služby

Jsou pokládány za součást dokumentových služeb, poskytují faktografické, bibliografické a orientační informace.

Konzultační služby

Poskytují výstup z libovolného informačního systému, který zprostředkovává uživatelům informace nebo znalosti.

Další možností je členění na služby základní, doplňkové a nadstandardní. Neposlední možností je rozdělit služby podle knihovního zákona (12) na základní bezplatné služby a služby, za které knihovna může vyžadovat úhradu skutečně vynaložených nákladů.

2.2.2.2 Členění podle knihovního zákona

Základní bezplatné služby

Jedná se o:

- Zpřístupňování dokumentů z knihovního fondu knihovny anebo prostřednictvím meziknihovni výpůjční služby (dále jen MVS),
- Poskytování ústních, bibliografických, referenčních a faktografických informací a rešerší,
- Zprostředkování informací z vnějších informačních zdrojů, zejména informací státní správy a samosprávy,
- Umožnění přístupu k vnějším informačním zdrojům, ke kterým má knihovna bezplatný přístup.

Služby, za které knihovna může vyžadovat úhradu vynaložených nákladů

V této skupině se jedná o:

- Zpřístupňování dokumentů, které mají povahu rozmnoženin zvukového nebo zvukově obrazového dokumentu,
- Mezinárodní meziknihovni výpůjční služby (dále jen MMVS),
- Zpřístupňování knihovních dokumentů z knihovních fondů jiných knihoven zprostředkováním jejich rozmnoženin v rámci mezinárodních reprografických služeb.

2.2.3 Doplňkové a nadstandardní služby

Za doplňkové a nadstandardní služby lze považovat služby reprografické, školení, akce kulturního charakteru, služby využívající informační technologie (chat pro virtuální referenční služby) a služby pro uživatele se zvláštními potřebami (například zvláštní způsoby dopravy – bibliobusy). Tyto služby už mohou být zpoplatněny a nemusí je poskytovat každá knihovna.

Knihovny musí přinášet hodnoty svým hostitelským systémům, jejich služba musí obsahovat přidanou hodnotu. Tou je užitečnost a snadnost získání informace, odstranění informačního šumu, zajištění kvality informace nebo nabídka personalizovaných služeb na míru (5).

3 Financování

Naplnění poslání neziskové organizace vyžaduje finanční zdroje, proto se knihovny snaží vytvářet strategii vedoucí k dlouhodobému zajištění finančními zdroji. To znamená, že se obrací na subjekty, které se chtějí podílet na jejím poslání. Více zdrojový charakter financování je tvořen kombinací veřejného financování společně s financováním z neveřejných zdrojů.

Veřejné financování zahrnuje příjmy z veřejných rozpočtů v rámci státní dotační politiky. Hlavní oblasti státní dotační politiky jsou například oblasti poskytování sociálních služeb, ochrana a podpora zdraví, ochrana životního prostředí, vzdělání a rozvoj lidských zdrojů a mnoho dalších. Do poslední kategorie spadají i knihovny, které jsou podle svého zřizovatele financovány z rozpočtu státu, samosprávy atd. Knihovny také často využívají finance z fondů a grantů, které jsou poskytovány například Ministerstvem kultury či Evropskou unií na určité činnosti a podporují rozvoj knihoven. Jako příklad mohou posloužit programy VISK (Veřejné informační služby knihoven) Ministerstva kultury či dotační program Knihovna 21. století, který se zaměřuje na podporu vzdělávací činnosti knihoven a podporu dostupnosti informací pro znevýhodněné občany.

Finance z neveřejných zdrojů mohou poskytovat jednotlivci, firemní dárci či nadace. Mezi další neveřejné zdroje patří členské příspěvky, daňová a poplatková zvýhodnění či příjmy z vlastní činnosti. Jak jsem již uvedla, knihovny mohou vybírat peníze buď za nadstandardní a doplňkové služby, služby spadající do kategorie v zákoně, za které mohou knihovny vybírat skutečně vynaložené náklady, zpozdné či náklady na administrativní úkony spojené s evidencí čtenářů.

Financování knihoven je ovlivněno také legislativou - Zákon č. 257/2001 Sb., o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb (knihovní zákon), v platném znění, a Vyhláška 88/2002 Sb. Ministerstva kultury k provedení zákona č. 257/2001 Sb., o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb. Toto jsou základní dokumenty, které tvoří rámec pro financování knihoven v ČR.

4 Doplnkové a nadstandardní služby

4.1 Pojízdna knihovna

Pojízdna knihovna neboli bibliobus je definována podle Cejпка a Vodičkové takto: veřejná knihovna, popřípadě její oddělení, která užívá speciálně upravený a vybavený dopravní prostředek na dopravu dokumentů k uživatelům v místech, kde není zřízena stálá knihovna, například v odlehlých lokalitách a na sídlišťích velkoměsta (19).

V českých podmínkách se většinou jedná o autobus nebo nákladní auto upravené tak, aby sloužilo jako knihovna. Je vybaveno regály, které pojmu přibližně 3 000 knih či časopisů.

Bibliobusy mají mnoho výhod – lepší dostupnost služeb pro handicapované, seniory či školy, v jejichž blízkosti není pobočka knihovny, snadnější získávání čtenářů, šíření počítačové gramotnosti či rychlá dostupnost pro málo obydlené oblasti. Drahé pořizovací a provozní náklady na bibliobus vynahradí možnost výnosů z reklamy a také fakt, že v knihovně je k dispozici pouze řidič a jeden profesionální knihovník – jsou tedy nižší mzdové náklady než při provozování klasické pobočky. Zároveň ale provozování služby má i slabé stránky – pořizovací a provozní náklady, omezená doba, kdy autobus na zastávce stojí, nutnost častého obměňování fondu či dopad na životní prostředí.

4.1.1 Situace v České republice

Praha a Plzeň jsou města, která tuto službu čtenářům poskytují. Na území Prahy jezdí dva bibliobusy, které zajíždění do okrajových částí města, kde je velká hustota obyvatelstva, ale chybí pobočka městské knihovny. Do svých zastávek zajíždí každých 14 dní, kromě letních prázdnin, kdy bibliobus není v provozu. V roce 2009 bibliobus navštívilo 14 000 čtenářů a půjčilo se přes 46 000 knih. V letošním roce knihovna zakoupila mini-bibliobus Oskar, který kromě knih nabízí i hry a poslech hudby a audioknih.

V Plzni má bibliobus tradici od roku 1996 - 4 dny v týdnu objíždí své zastávky. Kromě absenčních výpůjček poskytuje i další služby a pořádá různé akce, většinou pro děti. V roce 2010 bylo v Plzni 384 čtenářů, kteří si vypůjčovali knihy z bibliobusu. K velkému nárůstu čtenářů došlo v roce 2007, kdy Plzeň zakoupila nový moderní bibliobus.

V roce 2006 podnikla Městská knihovna v Praze zajímavý pokus a přistavila bibliobus před obchodní dům IKEA na Zličíně. Knihovníci chtěli zjistit, jaký zájem mají o knihovnu lidé, kteří se v takových prostorách pohybují a jestli by čtenáři měli zájem o knihovnu umístěnou v obchodním centru. Reakce byly smíšené – buď se jednalo o stávající čtenáře,

kterí tuto službu brali jako zpestření, navštěvovali však nějakou pobočku městské knihovny, nebo o knihovny a výpůjčky knih nejevili žádný zájem.

4.1.2 Situace v zahraničí

I v zahraničí má pojízdná knihovna dlouholetou tradici. Například ve Finsku jsou knihovnické služby poskytovány i v odlehlých severských oblastech díky síti více než 160 bibliobusů, které jsou obsluhovány kvalifikovanými knihovníky. Pro seniory jsou vybavené speciální dodávky a dále jsou oddělené bibliobusy pro dospělé a pro děti. Školy mají přesně určené dny, kdy k nim bibliobus přijíždí. V roce 2010 ve Finsku bibliobusy zajišťovaly přibližně 7% z celkového počtu výpůjček.

Ve Španělsku jezdí přibližně 70 bibliobusů. Služba se soustředí především na venkovské obyvatelstvo a na venkovské školy v okolí velkých měst jako je Madrid či Albacete. Služba je velmi nevyvážená, jezdí nové, ale zároveň i velice staré bibliobusy a zaměstnanci nejsou vždy kvalifikovaní knihovníci.

I v Keni funguje služba pojízdné knihovny. V roce 1996 projekt začínal se 3 velbloudy, kteří na hřbetě nosí plastové kontejnery s knihami. V současné době knihovna používá 12 velbloudů, kteří zajíždějí 4x týdně do 4 osad. Knihy, které knihovna půjčuje, jsou ve svahilštině či angličtině (dva oficiální jazyky v regionu). Tento projekt ale čelí mnoha problémům – je těžké knihy přenášet, podnebí knihy ničí a vše komplikuje obrovské vedro.

4.2 Služby typu document delivery

Služby typu document delivery (dokumentové dodavatelské služby) mají silnou tradici od 70. let 20. století, kdy začalo tzv. mikrokopírování dokumentů. To se postupně vyvinulo až do podoby hromadné distribuce kopií a mikroskopií dokumentů, které vznikaly ve velkých univerzálních knihovnách. Na konci 20. století se na této bázi začaly rozvíjet služby dodávky primárních dokumentů a to nejen od velkých knihoven, ale i od databázových center.

Hlavním předpokladem těchto služeb je myšlenka, že žádná knihovna (veřejná ani jiného typu) není schopná sama uspokojit celé spektrum uživatelských potřeb, a proto je potřeba sdílet informační zdroje. Základním prostředkem jsou MVS a MMVS. Služby typu document delivery podléhají autorskému zákonu a právu copyrightu. Proto se ve většině případů platí poplatky za zhotovení kopie a doručení dokumentu společně s poplatkem za copyright.

Důvodem velkého rozvoje těchto služeb jsou finance. Nejedná se pouze o ekonomickou krizi, která zasáhla i knihovny a to prostřednictvím snížených dotací, ale i zvyšování cen knih a časopisů a rovněž zvýšení počtu publikací na trhu. Jak už jsem zmínila výše, knihovna není

schopná uspokojit všechny informační potřeby svých uživatelů pouze ze svých zdrojů, řešením je zapojit se do dokumentových dodavatelských služeb.

Pro poskytování těchto služeb jsou potřebné některé technické předpoklady. Jedná se například o možnost kopírování dokumentů z „papíru na papír“, možnost převodu papírových materiálů do elektronické podoby apod. Problémem je zajišťování náhrad všem držitelům autorských práv, oceňování jednotlivých článků či ochrana před protiprávním využitím dokumentů (30).

4.2.1 British Library

Jedním z hlavních dodavatelů dokumentových služeb je Britská knihovna, která má speciální oddělení British Library Document Supply Center, jež má na starosti MVS a MMVS prostřednictvím kopií. Dokumenty většinou zasílají přímo uživatelům.

Služby jsou dnes komercializované, ceny zahrnují vše od akvizice dokumentu po zprostředkování služby a poplatků za copyright. Knihovny, které tuto službu využívají, si mohou zakoupit poukázky, které fungují jako předplatné služby.

Britská knihovna poskytuje služby ve dvou kategoriích – standardní a nadstandardní. Mezi standardní služby patří:

- Dodávání kopií dokumentů s poplatkem za copyright pro registrované institucionální uživatele.
- Dodávání kopií dokumentů bez poplatků za copyright, ale pouze pro vybrané knihovny.
- MVS (nikoli kopírovací) pro registrované uživatelské instituce.

Mezi nadstandardní služby patří:

- Prémiové služby pro registrované uživatele.
- Mimořádné rychlé dodání dokumentů (do 2 hodin).
- Help desk – podpůrná služba pro zatím neregistrované uživatele (jednotlivce i instituce). (25)

4.2.2 SUBITO

Jedná se o německou službu, jejíž název vychází z italského slova okamžitě. Cílem tohoto projektu bylo zajistit čtenářům přístup do souborných katalogů, ze kterých si čtenář mohl vybrat a objednat si dodání určitého dokumentu v rámci německé knihovnické sítě.

Jak už název napovídá, jedná se o rychlé dodání dokumentu, požadavek je splněn v rozmezí 24 až 72 hodin. Dokument může být zaslán přímo objednateli. Služba je

poskytována na území celého Německa a zároveň vyjasňuje otázky copyrightu s vydavateli a nakladateli.

Uživatelé SUBITO rozděluje na nekomerční (hlavně školy) a komerční subjekty. Podle těchto kategorií jsou rozděleny i poplatky za dodání dokumentu.

Služba je poskytována spolupracujícími německými knihovnami, které poskytují dokumenty podle svých možností a ceníků. Dokumenty jsou dodávány prostřednictvím elektronické pošty, FTP, faxu či kurýrními službami.

Na území Německa jsou poskytovány i další podobné služby, například systémem JASON.

4.2.3 Integrovaná virtuální knihovna STK

Tento projekt české Státní technické knihovny začal v roce 1997 jako propojení funkcí fyzické a virtuální knihovny.

V rámci této služby bylo nabízeno dodávání digitálních kopií, služby typu current contents, MVS a MMVS.

Služba je garantována do 48 hodin při rozsahu textu do 100 stran, při větším rozsahu je služba poskytnuta v co nejkratší době.

4.2.4 Elektronická Pedagogická knihovna NPKK

Tento projekt je výsledkem spolupráce 6 knihoven pedagogického zaměření, které se rozhodly poskytovat služby v oblasti výchovy, vzdělávání a školství. Služby jsou určeny především pro pedagogy a studenty pedagogiky, i proto je služba zaměřena především na časopisy, ve kterých se nové informace objevují nejrychleji.

Kopie jsou zasílány poštou, v případě dodržení závazků vyplývajících z autorského zákona jsou zpřístupněny v uživatelském kontě v elektronické podobě.

4.2.5 Další situace v České republice

Kromě těchto dvou příkladů existují v České republice ještě další systémy dodávání dokumentů, jedná se především o úzce zaměřené služby na určité obory, například Elektronické dodávání dokumentů uživatelům z ČVUT, Elektronické dodávání dokumentů Studijní a vědecké knihovny v Hradci Králové či služba EODD – Elektronické objednávky a dodávání dokumentů VŠB-TU v Ostravě.

V České republice nestačí pouhé spojování českých knihoven a absorpce českých zdrojů, pro uspokojování informačních potřeb uživatelů je nutno zapojit i zahraniční zdroje a využít mezinárodních meziknihovních výpůjčních služeb a dokumentových dodavatelských služeb.

4.3 Virtuální referenční služby

Cílem referenčních služeb je uspokojit informační potřebu člověka. Referenční pracovník odpovídá na dotazy ohledně činnosti a fondu knihovny a zároveň odpovídá na otázky z jakéhokoliv oboru. Úkolem je zprostředkovat tazateli požadovanou informaci – buď přímo, nebo odkazem, kde ji může získat.

Virtuální (či digitální) referenční služby vznikly v 80. letech 20. století jako e-mailové referenční a informační služby. Jejich vývoj byl podmíněn rozvojem technologií, už neexistovaly pouze informace na papíře, ale i elektronické informace.

Tyto služby jsou poskytovány za pomoci technologie World Wide Web. Jedná se tedy o takové služby, které využívají počítačové technologie (9) a dotazy mohou být pokládány v libovolném čase z libovolného místa na zemi. Služba je zahájena elektronicky a komunikace knihovníka a uživatele probíhá prostřednictvím e-mailu, ICQ, chatu či specializovaného softwaru vyvinutého pro tento účel.

Virtuální referenční služby se dělí na synchronní a na asynchronní (dotaz a reakce nenásledují ve stejném čase). Synchronní digitální reference je služba poskytována v reálném čase, pro on-line poskytování informací bývá většinou vyčleněno několik hodin denně. V zahraničí (a nyní i u nás) proto začala vznikat konsorcia knihoven, které se střídají v odpovídání na dotazy.

4.3.1 Ptejte se knihovny

V Čechách existuje dotazovací služba na internetu již od 90. let. Služba Ptejte se knihovny byla založena v roce 2002 na základě zkušeností ze zahraničí (hlavně služby Ask a librarian a QuestionPoint).

Jedná se o faktografickou a bibliografickou bezplatnou službu; na krátký konkrétní dotaz knihovna odpoví seznamem přibližně 5 knih, popřípadě webových stránek. Na dotazy je odpovězeno do 48 hodin (v případě pracovního dnu), pokud je dotaz složitější, knihovník s tazatelem dohodne nejbližší možný termín odpovědi.

V současné době je do služby zapojeno více než 70 českých knihoven, od menších veřejných knihoven po specializované, jako je knihovna Matematicko-fyzikální fakulty UK. Od ledna do dubna 2012 odpověděla Národní knihovna ČR na nejvíce dotazů, přibližně o 47%. Další nejvíce zapojenou knihovnou je Moravská zemská knihovna v Brně – 6% všech dotazů. Celkem bylo za toto období položeno 1 656 dotazů. Na jaře roku 2013 je plánované zveřejnění aplikace služby pro iPhone a iPady.

Ve specifikovaných pracovních hodinách některé ze zapojených knihoven poskytují referenční služby online přes chatové okno Meebo. Obecné dotazy jsou online zodpovídaný v pondělí a úterý 9:00 – 16:00 a ve středu 12:00 – 16:00. Na technicky zaměřené dotazy odpovídá Národní technická knihovna ve středu dopoledne, Zemědělská a potravinářská knihovna je on-line v pátek od 9:00 do 14:30. Některé další knihovny nabízejí chat prostřednictvím služby ICQ v rozmezí pracovních hodin. Jedná se o Městskou knihovnu Turnov, Regionální knihovnu Karviná, Moravskoslezskou vědeckou knihovnu v Ostravě, Knihovnu města Hradce Králové a Severočeskou vědeckou knihovnu.

Služba na svých webových stránkách odkazuje na další podobné služby. Jedná se o služby více specifikované – například Infopult Divadelního Ústavu, FyzWeb odpovědná (Matematicko-fyzikální fakulta), Zeptejte se geologa (Česká geologická služba) či Infopult Zemědělské a potravinářské knihovny.

4.3.2 QuestionPoint

Jedná se o placenou službu, již se zúčastňuje více než 1 400 knihoven z 20 zemí světa, mezi nimi i Kongresová knihovna a OCLC. Každá knihovna je díky časovým pásmům on-line v jiném čase, služba tak může být poskytována 24 hodin, 7 dní v týdnu.

Knihovny mohou buď využívat software této služby a odpovídat na dotazy pouze svých klientů, nebo se zapojí do služby 24/7 a zodpovídají dotazy všech uživatelů. Proto musí každá knihovna udržovat aktuální informace o své knihovně a její politice, aby ostatní knihovny mohly správně zodpovídat i dotazy o jednotlivých knihovnách a jejich fondech.

4.4 E-mail alert service

4.4.1 Informovanost čtenářů o novinkách ve fondu

V současné době řeší mnoho knihoven problém s tím, jak uspokojivě informovat čtenáře o přírůstcích ve fondu knihovny.

Jednou z možností je uveřejňovat nové knihy na webové stránce knihovně, v dnešní době není problém zveřejnit seznam i s obálkami knih, které mohou čtenáře zaujmout. Stejně tak je možné posílat zaregistrovaným čtenářům přírůstky e-mailem v podobě seznamu. Obě tyto možnosti mají svá úskalí – za prvé je seznamy obtížné sestavit, pokud je přírůstků hodně. Za druhé seznamy obsahují i žánry, o které se čtenář nezajímá a tak ho může odradit procházení celého seznamu, ve kterém je jen několik knih, o které má zájem. Carmelská veřejná knihovna v Indianě přišla na řešení tohoto problému.

4.4.2 Carmel Clay Public Library a její řešení

Carmel Clay Public Library je veřejná knihovna střední velikosti, která slouží přibližně pro 55 000 čtenářů. Zaměstnanci této knihovny vytvořili za pomoci stávající techniky i softwarového vybavení novou službu pro zákazníky. Jedná se o e-mailovou alertní službu. Uživatel se zaregistruje, vybere si kategorie literatury (od umění po beletrii), které ho zajímají, a každý měsíc mu přijde seznam přírůstků, vybraných podle jeho kritérií.

Vytvořit takový program nebylo jednoduché. Bylo potřeba přenést data z automatizovaného knihovnického systému a převést je do použitelného formátu. To se podařilo za pomoci existujícího vybavení knihovny (Allaire ColdFusion Web development software a Microsoft Access and SQL database software).

Dalším krokem bylo označení všech nových knih slovy „New Arrival“ a poté přeneseny do seznamu ve tvaru: autor, název, Deweyho desetinné třídění (dále jen DDT). Tento seznam byl již v použitelném formátu a mohl být uložen na web. Ale objevil se i problém se stářím „novinek“ – cílem bylo vytvořit seznam nových knih v daném měsíci, v seznamu se objevily i knihy staré půl roku. Tyto položky musely být ze seznamu vyříděny za pomoci měsíce, ve kterém byly do systému zapsány. Poté se vyřadily duplicity a začalo se řešit, do kolika kategorií se bude literatura členit. Nakonec se vytvořilo 45 kategorií. Počítačový programátoři napsali program (za pomoci softwaru, který knihovna již vlastnila), který převáděl DDT do vytvořených 45 kategorií.

Dále se vytvořilo uživatelské rozhraní, do kterého bylo potřeba se registrovat a kde si uživatel mohl nastavit (a v případě potřeby přenastavit) své preference. Ze 45 kategorií si čtenář mohl vybrat maximálně 10, pokud měl další požadavky, musel si vytvořit nový účet.

4.4.3 Úspěch E-mail alert služby

Tato služba byla v Carmelské veřejné knihovně spuštěna v květnu 2000. Čtenáři byli o službě informováni za pomoci webových stránek knihovny, informačních e-mailů zaregistrovaným čtenářům a letáčků přímo v knihovně.

První registrace byla jen několik minut po spuštění služby. V roce 2001 už bylo přes 200 registrovaných uživatelů této služby. Uživatelé také dále přispěli k rozvoji této služby – na jejich žádosti se přidaly nové kategorie, aby každý našel, co ho zajímá.

4.4.4 Situace v České republice

Většina českých knihoven se snaží informovat své čtenáře o novinkách. Například Městská knihovna v Praze má na svých stránkách sekci Nové tituly, kde si čtenář může

podívat na novinky s půlroční retrospektivou. Novinky jsou rozděleny do 24 kategorií (beletrie, DVD, zemědělství, apod.) Čtenář si může jednotlivé kategorie rozkliknout a vidí přehled novinek.

Moravská zemská knihovna v Brně nabízí na svých webových stránkách sekci Novinky ve fondu, kde nové knihy člení rovněž do 24 kategorií.

Stránky Městské knihovny v Ostravě jsou méně přehledné, nicméně rovněž nabízejí přehled novinek ve fondu. Ty jsou rozdělené podle oddělení, ve kterém se nacházejí (dětské, dospělé, apod.) a novinky mohou být řazené podle několika kritérií, podle data přírůstku to ale není možné.

České knihovny se snaží své čtenáře informovat o novinkách ve fondu, ne vždy se jedná o přehledné rozdělení a žádná knihovna nenabízí podobnou alertní e-mailovou službu.

4.5 Knihovnické aplikace pro mobilní telefony

Kvůli rozvoji technologií jako jsou smartphony, e-čtečky a tablety musí i knihovny začít nabízet nové služby. Podle amerického průzkumu prováděného v roce 2010 34% amerických veřejných knihoven nabízelo nějaký typ mobilních služeb a dvě z pěti knihoven se tyto služby chystalo v blízké budoucnosti zavést.

Knihovny, které odmítají zavést tyto služby, uvádí jeden ze čtyř následujících důvodů:

- Nedostatečný rozpočet,
- Nedostatečné znalosti nebo přílišná vytíženost zaměstnanců,
- Konkurenční priority nebo
- Názor, že mobilní služby nejsou nezbytné.

Nedostatečný rozpočet ale není na překážku k vytváření nových služeb, jak jsem již uvedla v kapitole 3.4 E-mail alert service, nové služby se dají vyvinout i se stávajícím softwarovým a hardwarovým vybavením. Dalším příkladem může být knihovna Kalifornské státní univerzity na Long Beach – jejich ředitelka informační gramotnosti Tiffini Travis vede blog s názvem Mobilní knihovna s nulovým rozpočtem.

Výhodou mobilních služeb je rychlý přístup ke kvalitním informacím, popřípadě i za pomoci knihovníků. Další výhodou je mobilita služeb – kdekoli se uživatel může dostat k informacím. 43% studentů uvádí, že informace z knihoven jsou více důvěryhodné, než informace získané přes vyhledávače. Uživatelé oceňují i přístup ke svému účtu a přehled o výpůjčkách.

Podle uživatelů jde například o internetové stránky knihovny snadno přístupné i z mobilu, mobilně-přátelské katalogy, přístupy do databází či obsah elektronických knih.

Další možností jsou například informace o knihovně či knihovnická asistence přístupné i přes mobil. Mobilní platformu nabízí dokonce i databáze EBSCO nebo LibGuides.

I když se to nezdá, možnými uživateli nejsou jen mladí lidé, i když tyto služby mohou přivést do knihoven Google generaci, která zatím o knihovnu příliš nejeví zájem. Tato generace komunikuje přes Facebook a sociální sítě, chce rychlé a jednoduché informace. Ale věková propast mezi uživateli techniky pomalu mizí. V Americe používá 40% seniorů sociální sítě a technologické novinky. Pouze 26% seniorů si prohlídí webové stránky knihoven, přitom ale 86% používá vyhledávače jako je Google a 69% nakupuje knihy přes internetové obchody.

4.5.1 Autorský zákon

V České republice je situace komplikovanější. Většina knihoven o využití mobilních aplikací ani neuvažuje, problematická je i situace elektronických knih, a to díky autorskému zákonu platnému v naší zemi. V budoucnosti se dá i v zahraničí předpokládat ztížení podmínek a složité vyjednávání nových zákonů a licenční politiky s vydavateli.

Právo autora lze rozdělit na dvě skupiny – výlučná práva osobnostní a výlučná práva majetková. Osobnostní práva trvají do smrti autora, po ní zanikají. Ale i poté je chráněno autorství samo, nikdo si nemůže přisvojit autorství díla. Mezi tato práva patří například právo rozhodnout o zveřejnění díla či právo na nedotknutelnost díla (do díla nemůže zasahovat nikdo bez souhlasu autora). Práva majetková poskytují právo na rozhodování o využití díla (pronájem, půjčování, rozšiřování, apod.) a může je vlastnit i někdo jiný, než autor.

Majetková autorská práva trvají po dobu autorova života a 70 let po jeho smrti. A právě to komplikuje situaci na trhu s elektronickými knihami.

4.5.2 E-book

E-booky jsou čím dál rozšířenější i díky aplikacím na smartphonech či tabletech. V květnu 2012, podle prohlášení Amazonu (největší prodejce e-booků), poprvé překonala prodejnost elektronických knih prodejnost tištěných knih. V září také Amazon zavedl půjčování e-booků, které pomalu začíná překonávat nákup elektronických knih.

V České republice prozatím platí, že čeští vydavatelé se vydávání e-booků brání a problematické jsou rovněž jejich požadavky na ochranu e-knih. Mezi elektronickými knihami se většinou objevují tituly, které příliš neuspěly na pultech knihkupectví. V loňském roce se situace začala obracet k lepšímu – objevily se například knihy od Petra Šabacha nebo Stiega Larssona.

V současnosti se v knihovnách půjčují převážně čtečky, ne e-knihy. V Americe je situace jiná – v roce 2011 Amazon umožnil půjčování e-knih v přibližně 11 000 knihovnách. Jejich půjčování je na omezenou dobu, poté se kniha vymaže ze čtečky. Je možnost půjčovat je jak na klasické čtečky, ale i na aplikace pro tablety a smartphony.

4.5.3 Text a librarian

Služba Text a librarian je obdobou virtuálního chatu s knihovníkem Ask a Librarian. Jedná se rozhovor s knihovníkem za pomoci SMS zpráv.

Podle dalšího amerického výzkumu 55% uživatelů upřednostňuje psaní SMS zpráv před mluvením.

4.5.4 Úspěch knihovnických aplikací pro mobilní telefony

V České republice prozatím nejsou tyto služby rozšířeny, mobilní telefony se nejvíce používají pro zaslání SMS zprávy o možnosti vyzvednutí rezervace.

V zahraničí, především v Americe je situace o mnoho lepší a to i díky univerzitním knihovnám, které se snaží vyjít vstříc svým uživatelům.

V budoucnosti se dá předpokládat narůst služeb a aplikací uzpůsobených pro mobilní telefony či tablety, nicméně také můžeme očekávat spory ohledně porušování autorských práv.

4.6 Knihovnické služby pro seniory

Počet lidí v důchodovém věku roste po celém světě. Senioři se tak stávají velkou cílovou skupinou, jejímž požadavkům se knihovníci snaží vyjít vstříc. Existuje mnoho různých podob služeb pro seniory – od upravení stávajících služeb na potřeby starších uživatelů, nebo úplně nových služeb a zájmových činností.

Lidé staršího věku se potýkají se zdravotními problémy, jako je zhoršení zraku a sluchu. I proto je jednou z možností, jak přiblížit knihovnu seniorům, poskytování dokumentů upravených pro potřeby seniorů, popřípadě nástrojů k tomu, aby si dokumenty mohli užít v odpovídající kvalitě. Snad nejjednodušším případem je zapůjčení lupy. Další možností jsou noviny a knihy tištěné velkým písmem, půjčování knih na CD nebo kazetách či knihy v Braillově písmu. Knihovny by měly být přístupné pro všechny – tedy i pro vozíčkáře a osoby se sníženou schopností pohybu. I přesto se někteří lidé do knihovny nedostanou, náhradní možností je doručování knih do domácností, domovů důchodců či nemocnic. Tyto

knihy mohou doručovat buď knihovníci, nebo mohou zapojit dobrovolníky z řad čtenářů knihoven.

Dalším problémem starších lidí je pocit, že nejsou zapojeni do společnosti. Knihovna může pořádát knižní kluby, kde senioři mohou diskutovat o přečtených knihách. Nejde však jen o knihy, knihovna může poskytnout pouze místo, kde se senioři mohou scházet a mít zájmové nebo debatní kroužky, kde mohou mluvit například o místech, které navštívili, o vaření, o řemeslech či hrách. Tyto akce mohou být zaměřeny buď pouze na seniory, nebo mohou zapojit více věkových kategorií. Například zapojení dětí a mládeže do společných aktivit se seniory má mnoho přínosů – starší lidé mohou přednášet historii a připojit vlastní příběhy o tom, jaké to bylo v době, kdy vyrůstali.

Na internetu se dá najít mnoho zábavných i užitečných informací, které mohou seniory zajímat. V knihovnách je možné pořádát kurzy práce s počítačem a internetem pro všechny zájemce včetně seniorů.

4.6.1 Situace v zahraničí

Městská knihovna v San Antoniu v Texasu se intenzivně věnuje službám pro seniory. Sdružuje kolem sebe skupinu dobrovolníků, kteří se o tyto služby starají. Samozřejmostí je pro tuto skupinu doručování knih seniorům, kteří si sami do knihovny nemohou dojet. Prostory knihovny jsou využívány pro besední kroužky – ať už literární, či se jedná o vyměňování zážitků z cest, vaření či rukodělných prací. Rovněž se snaží zapojit seniory do komunity, pořádají různé kurzy pro lidi všech věkových kategorií a různé společné akce pro děti a prarodiče. Dále také nabízí kurzy práce s počítačem, základy e-mailu a práce s internetem. Zároveň s tímto kurzem knihovna distribuuje brožuru s informacemi o užitečných a důležitých webových stránkách jako je zdravotnická databáze.

V San Antoniu žije mnoho národnostních menšin, i těm se knihovna snaží vycházet vstříc. Jednou ze zvláštních nabídek této knihovny je vícejazyčný fond, kdy knihovna nabízí knihy ve španělštině, francouzštině i angličtině v téměř shodném zastoupení.

Není to ovšem jediná taková knihovna, dalším příkladem je americká Bostonská městská knihovna či dánské knihovny, jako je veřejná knihovna v Lyngby. V Dánsku od roku 2001 většina knihoven nabízí kurzy internetu pro seniory – ať už pro začátečníky či pokročilé a většinou jsou tematicky zaměřené – například na používání e-mailu či textových editorů. Veřejná knihovny v Lyngby pokročila dále – propojila seniory se žáky středních škol, kteří jednotlivým seniorům pomáhají založit e-mailové schránky a napsat dopis rodině. Samozřejmostí je donášení dokumentů z knihovny domů, které si mohou senioři objednat

přes telefon, nebo si přes internet vybrat a objednat přímo v katalogu knihovny. Pokud knihovna nabízí takovou službu, je potřeba domovskou stránku uzpůsobit pro potřeby seniorů a osob se zvláštními potřebami.

4.6.2 Situace v Čechách

Nejen v zahraničí jsou knihovnické služby uzpůsobené pro seniory. Například městská knihovna v Táboře v loňském roce nabízela kurzy internetu pro seniory, díky velkému úspěchu plánuje tyto kurzy opakovat v březnu 2013.

Městská knihovna v Soběslavi půjčuje své prostory nadační organizaci Rolnička, její pracovní skupina, sestávající se především ze seniorů, využívá prostory pro setkávání a tvorbu předmětů, které pak organizace prodává na trzích nebo ve veřejných prostorách jako je knihovna.

Městská knihovna Frýdek-Mýstek považuje seniory za své nejpilnější čtenáře a nabízí jim audio knihy, kurzy práce s počítačem či výuky práce s katalogem.

I další knihovny na území České republiky nabízejí a rozšiřují služby zaměřené na seniory.

5 Táborská městská knihovna

5.1 Historie knihovny

O založení táborské knihovny se rozhodlo již v roce 1896, otevřena byla o rok později. První výpůjčka se uskutečnila 19. prosince 1897 a do konce roku knihovna vypůjčila 29 knih. Knihovna byla původně v jedné místnosti, v roce 1910 byla přestěhována do větších prostor. Zároveň se stěhováním byl knihovně věnován dar literatury pro děti – základ budoucího dětského oddělení.

Během 1. Světové války došlo ke snížení zájmu o půjčování knih, již v roce 1922 je ale zakládáno hudební oddělení. I v dalších letech dochází k rozvoji knihovny, a to i přes problémy jako je nedostatek místa či nevyhovující vybavení.

Během období rozvoje vznikají katalogy (předmětový, jmenný, názvový, divadelní a gramodesek) – ve formě seznamů i lístkového katalogu. V roce 1980 knihovna začíná půjčovat audioknihy zrakově postiženým.

V roce 1992 dochází k automatizaci knihovny, do konce roku má již 6 počítačů. V roce 2003 je v dětském oddělení zpřístupněn internet. Kvůli nárůstu zájmu o internet dochází k vybudování internetového koutku.

V roce 2010 začíná testování RFID kódů a poskytnutí wi-fi připojení pro návštěvníky studovny a internetového koutku.

5.2 Současný stav

Táborská městská knihovna je veřejnou univerzální knihovnou, která plní funkci městské knihovny s knihovním fondem 134 000 knih (ke konci roku 2011). Knihovna obsluhuje 6 poboček na území města. Jedná se o pobočky Pražské sídliště, sídliště Nad Lužnicí, Čekanice, Měšice, Náchod a Zárybničná Lhota.

Pracovníci knihovny přijali v roce 2011 2 809 žádostí o MVS, z toho bylo 2 508 žádostí kladně vyřízeno. Jiné instituce žádaly prostřednictvím MVS o 378 titulů, z toho 341 bylo poskytnuto.

V roce 2011 byla dokončena instalace RFID kódů v ústřední knihovně a zároveň i v pobočce Pražské sídliště. Ústřední knihovna, stejně jako její dvě největší pobočky (sídlíště Nad Lužnicí a Pražské sídliště) od dubna nabízí kromě vlastních počítačů s připojením k internetu rovněž možnost připojení ke knihovní wi-fi síti. Tato služba je ale limitována nedostatkem zásuvek, které mohou čtenáři použít pro napájení svého notebooku či dalších zařízení.

Knihovna se snaží plnit cíle, které plynou ze zákona jako například podpora rozvoje venkova. Knihovna má výměnný fond čítající 37 462 svazků, v roce 2011 bylo z tohoto fondu odepsáno 1 662 svazků a přikoupeno 2 321 knih. Dalším bodem je celoživotní vzdělávání, knihovna v loňském a letošním roce pořádala kurzy práce s internetem pro seniory. A dětské oddělení se věnuje rozvoji četby u malých dětí pořádáním různých akcí, jako je Noc s Andersenem, Už jsem čtenář (pro žáky 1. tříd), Rosteme s knihou a mnoho dalších. Samozřejmostí jsou lekce knihovnicko-informatické výchovy pro žáky škol, spojené s praktickou ukázkou katalogizace. Dětské i dospělé oddělení dále pořádá akce na podporu aktivního využívání volného času, zábavy a rekreace. Jedná se o různé besedy se známými osobnostmi, promítání filmů z nabídky Mezinárodního filmového festivalu o životním prostředí EKOFILM, pořad hudebního publicisty Jiřího Černého (několikrát do roka), autorská čtení či výstavy. V loňském a letošním roce probíhá ve spolupráci s Asociací pro integraci Tábor akce Pohádky různých národů. V průběhu loňského roku se představily například romské a vietnamské pohádky s cílem zapojit místní komunity a představit dětem jiné kultury.

Knihovna se od března 2011 prezentuje i pomocí sociálních sítí – konkrétně má profil na Facebooku. Na správu a vytvoření tohoto profilu byla vyčleněna pracovní skupina a v současnosti se o ni stará administrátor. Na profilu této sociální sítě jsou prezentovány novinky ve fondu hudebního oddělení, vždy za jeden měsíc. Do profilu jsou umísťovány odkazy na zajímavé akce pořádané nejen knihovnou, jedná se většinou o akce kulturního charakteru, jako jsou například výstavy. Dále knihovna uveřejňuje do galerií fotografie z pořádaných akcí.

Knihovna využívá SMS zprávy pro informování čtenářů o konci výpůjční doby, jejím překročení a splnění rezervace. V případě zadání e-mailu čtenář obdrží stejné informace společně s možností zasílání novinek a upozornění na akce knihovny a Městského úřadu Tábor. Je možnost zadat více e-mailů, toho využívají rodiče pro kontrolu výpůjček svých dětí.

5.3 Otevírací doba

Dospělé oddělení, studovna	
Úterý	9:00 - 18:00
Středa	9:00 - 18:00
Čtvrtek	9:00 - 18:00
Pátek	9:00 - 18:00
Sobota	8:00 - 12:00

Dětské oddělení	
Úterý	9:00 - 18:00
Středa	12:00 - 18:00
Čtvrtek	9:00 - 18:00
Pátek	12:00 - 18:00
Sobota	zavřeno

5.4 Statistické údaje za rok 2011

Počet knihovních jednotek	134 041
Počet docházejících periodik	261
Přírůstek knihovních jednotek	12 561
Počet čtenářů	8 103
Počet fyzických návštěv	144 407
• z toho na internetu	17 053
• z toho na akcích	4 656
• z toho pro děti	53 723
Počet výpůjček na čtenáře	54
Návštěvy na čtenáře	18
Virtuální návštěvy na webu	133 372
Počet kulturních akcí	212

5.5 Ceník pro rok 2012

Registrační poplatek (dětské odd.)	30 Kč
Registrační poplatek (dospělé odd.)	100 Kč
Rezervace	10 Kč
Ztráta nebo poškození knihy	cena knihy + 150 Kč
Ztráta nebo poškození CD	cena CD + 200 Kč
Poškození čárkového kódu	10 Kč
Ztráta čtenářské legitimace	20 Kč
1. upomínka	10 Kč
2. upomínka	30 Kč
3. upomínka	50 Kč
Upomínka za CD	10 Kč/den
Jednorázová návštěva studovny	20 Kč
Poštovné za MVS	50 Kč

5.6 5 P

5.6.1 Přívětivost

Otevírací doba knihovny je i díky umístění knihovny vhodná. V blízkosti knihovny sídlí několik škol, studenti se do knihovny sice nedostanou před začátkem vyučování, ale mohou si knihy vypůjčit během polední přestávky nebo po vyučování. Otevírací doba je přístupná i pro pracující, mohou ji navštívit po své pracovní době, či v sobotu.

V knihovně je dostatek pracovních stolů, v současné době je k dispozici i wi-fi připojení k internetu. Nicméně v knihovně ani studovně nejsou čtenářům k dispozici zásuvky.

V dospělém i dětském oddělení najdeme pouze stoly a židle, žádné pohodlnější posezení lákající k odpočinku, jedná se spíše o pracovní místa. V dětském oddělení je možnost sednout

si v koutku pro nejmenší na koberec či na speciální pohádkové židle pro děti a prohlížet si knížky.

V dětském a hudebním oddělení jsou věšáky na bundy, u dospělého oddělení je šatna s odkládacími skřínkami.

5.6.2 Pohodlí pro knihovníky

V dospělém oddělení je pro knihovníky vyčleněna jedna místnost, kde má každý svůj pracovní stůl. Vedle je malá místnost, kde se nachází skříň pro odložení osobních věcí, mikrovlnka a varná konvice. Tato místnost je poměrně stísněná a není v ní vodovod. Pokud tedy potřebují vodu (do varné konvice, umýt si ruce apod.) musí na toaletu, ke které se jde přes prostory pro veřejnost. Svačiny a obědy si knihovnice musí sníst u svého pracovního stolu, do malé místnosti se jídelní stůl nevejde.

Z dospělého oddělení vede do dětského spojovací chodba, v té se nachází toaleta. V této části knihovny je malý sklad, knihovnice zde mají pracovní stoly s mikrovlnkou a varnou konvicí umístěné za regály.

5.6.3 Přívětivé podmínky pro knihovní jednotky

Podmínky pro knihy nejsou zcela ideální. Knihy jsou sice umístěny na novějších regálech, knihovna je ale prosvětlená větším množstvím oken. Regály jsou plné, knihy v nich však nejsou namačkané. Další knihy jsou uloženy ve skladu, který je chráněn proti slunečním paprskům. Klimatizace udržuje příjemnou a pro knihy přívětivou teplotu.

5.6.4 Přístupnost

Knihovna se nachází v centru města v dobře označené budově. V přímé blízkosti se nachází 4 střední školy a internát, knihovna je tedy dobře dostupná pro studenty. Budova knihovny leží přibližně 5 minut chůze od autobusových zastávek.

Veřejné prostory knihovny jsou umístěny ve třech patrech – v každém se nachází jedno oddělení. Přízemí náleží dospělému oddělení, studovně, internetovému koutku a skladu. V prvním patře je dětské oddělení, prostory pro zaměstnance a sklad. V druhém patře se nalézá hudební oddělení.

5.6.5 Působivost

Dětské oddělení na čtenáře působí barevným a klidným dojmem. Knihovna je prostorově rozdělená na dvě části – knihy pro nejmenší a literatura pro starší čtenáře. V části

pro nejmenší se nachází židle pro děti vyzdobené pohádkovými postavami a v obou částech najdeme barevné regály.

Dospělé oddělení je velice světlé a přehledné, police jsou prostorově rozděleny do kategorií (naučná literatura, sci-fi a fantasy, detektivky, divadelní hry a beletrie).

Celá budova knihovny působí důstojným, ale přívětivým dojmem, který doplňuje vstup pro vozíčkáře a kočárky.

5.7 Doplnkové a nadstandardní služby poskytované Tábořskou městskou knihovnou

5.7.1 Ptejte se knihovny

Tuto službu v základu zajišťují pracovníci Národní knihovny České republiky (konkrétně referenční služby). Další knihovny jsou zapojené – buď aktivně (odpovídají na dotazy) či pasivně (dotazy přijímají, poté je přeposílají dále).

Čtenář může na stránkách Ptejte se knihovny buď využít jednoduchého formuláře, či sám napíše dotaz na uvedenou e-mailovou adresu. Další možností je v určených hodinách využít chatovacího okna Meebo a pokládat dotazy online. Tato možnost se týká pouze 4 zapojených knihoven (Národní knihovna ČR, Středočeská vědecká knihovna v Kladně, Národní technická knihovna a Zemědělská a potravinářská knihovna), další knihovny je možné kontaktovat pomocí služby ICQ.

Městská knihovna v Táboře je do služby zapojená aktivně. Zodpovídá dotazy týkající se jejího fondu, poskytování služeb, otázky provozního charakteru a dotazy spojené s regionem. Knihovna odpovídá pouze na dotazy prostřednictvím formuláře či e-mailu, neúčastní se chatu ani nemá ICQ účet. Službu propaguje na svých stránkách ikonkou služby Ptejte se knihovny. Je možné, že průměrný čtenář si ikony nevšimne a neví, co tato služba obnáší.

5.7.2 Tematické kufříky

Dětské oddělení ústřední knihovny začalo v loňském roce nabízet tematické kufříky pro děti. Jsou připravené v 9 různých kategoriích – předškoláci, příroda, vesmír, historie, dinosauři, exotická zvířata, domácí zvířata a lidské tělo. Kufříky obsahují knihy či leporela, CD, hračky, pexesa, kvarteta, plyšová zvířátka a různé didaktické pomůcky.

Kufřík si může půjčit osoba starší 8 let na jeden měsíc, výpůjčku nelze prodloužit. Dostupnost kufříku se dá zjistit v on-line katalogu knihovny, kde ho lze také rezervovat za poplatek 10 Kč.

Služba není propagovaná na webu knihovny ani na dětském webu, před zahájením poskytování služby se objevila informace doprovázená obrázkem na facebookovém profilu.

Tuto službu knihovna nabízí od začátku května 2012, největší zájem je o kuffík Předškoláci. Žádný vliv na registraci nových čtenářů nebyl zaznamenán.

5.7.3 E-čtečky

Od listopadu 2011 tábořská knihovna půjčuje dvě e-čtečky. Ty jsou půjčovány za speciálních podmínek – člověk, který si chce čtečku půjčit, musí být čtenářem knihovny minimálně 1 rok a musí být starší 15 let. Čtečka se půjčuje na 14 dní oproti vratné kauci 1 000 Kč. Za každý den zpoždění zaplatí čtenář 10 Kč.

Ve čtečce je nahráno mnoho knih, jejich seznam je uveřejněn na webových stránkách knihovny. Jedná se například o díla Karla Čapka, Jaroslava Haška, Petra Chelčického či Platóna. Zároveň je na webu pro děti uveřejněn seznam volně stažitelných e-knih (zpřístupněné Městskou knihovnou v Praze). Jedná se nejen o školní četbu, pohádky, knihy o hlavním městě, ale i komiksy Václava Šlajcha.

Protože jsou e-čtečky půjčovány pouze déle než 1 rok registrovaným čtenářům, tato služba neměla vliv na zvýšení počtu registrovaných čtenářů. Nejedná se o placenou službu, ale e-čtečky jsou neustále půjčené a je na ně dlouhá fronta rezervací.

5.7.4 Půjčování her

Od února 2012 dětské oddělení půjčuje dětem hry. Půjčují se na 14 dní a jde si půjčit pouze jednu hru na jeden čtenářský průkaz. Hry se dají rezervovat za poplatek 10 Kč. Za zpožděné vrácení se platí pokuta stejně jako za knihy, pokuta se ale zvyšuje již po 14 dnech.

Již v dubnu byly hry pro velký zájem doplněny do počtu 47 her v ústřední knihovně, další jsou k půjčení na pobočkách. V současné době jsou hry rozděleny do tří kategorií – Pro nejmenší 5-6 let (Activity pro děti, Berušky, Klouboučku hop, Cestujeme se Čtyřlístkem, ...), Pro větší 6-8 let (Activity – Junior, Kriss Kross pro děti, Monopoly Junior, Cestujeme po hradech a zámcích, ...) a Pro největší 9-15 či 99 let (Activity, Carcassone, Evropa-otázky a odpovědi, Kaleidoskor, Světový film, ...).

Tato služba je poskytována bezplatně, vliv na počet registrovaných čtenářů není, protože hry se mohou půjčovat i registrovaným čtenářům dospělého oddělení.

5.7.5 SMARTkatalog

Od února 2013 knihovna nabízí aplikaci pro mobilní zařízení (chytré telefony a tablety) SMARTkatalog. Tato aplikace umožňuje prohledávat katalog knihovny, kontrolovat výpůjčky a informovat se o novinkách ve fondu knihovny.

Aplikace je dostupná zdarma pro zařízení na bázi Android a Apple. Aplikace nefunguje pouze pro Tábořskou knihovnu, podle GPS souřadnic najde nejbližší knihovnu používající software Lanius.

6 Praktická část – dotazník

Dotazování na služby, které poskytuje Městská knihovna v Táboře, probíhalo mezi 120 respondenty v 6 věkových kategoriích. Jednalo se o věkovou kategorii 2. stupně základní školy (10 – 15 let), středoškoláky (15 – 19 let), vysokoškoláky (20-25), období rané a střední dospělosti (26 – 40 let), období pozdní dospělosti (41 – 59 let) a lidé v důchodovém věku (60 let a více). Šetření probíhalo pouze mezi registrovanými čtenáři knihovny. Každá věková kategorie je reprezentována 20 respondenty.

Dotazování probíhalo z větší části za pomoci sociálních sítí (Facebook), starší lidé (hlavně v důchodovém věku) vyplnili dotazník v tištěné podobě.

Čtenáři byli dotazováni na 2 otázky osobního charakteru (zda jsou čtenáři knihovny a jejich věk) a 10 otázek týkajících se služeb Tábořské městské knihovny. U tří otázek byla možnost vícenásobného výběru (otázky č. 3, 11 a 12).

6.1 Stanovení hypotéz

Po analýze stávajícího stavu Tábořské městské knihovny a definování věkových kategorií respondentů vybraných mezi registrovanými čtenáři knihovny, jsem si stanovila následující hypotézy:

Hypotéza 1: Většina čtenářů (nad 50%) nebude informována o nových poskytovaných službách, jako je půjčování společenských her, Tematických kufříků či e-čteček.

Hypotéza 2: Většina čtenářů (nad 50%) bude mít zájem o půjčení e-čtečky při možnosti rozšíření nabízených knih ve čtečce.

Hypotéza 3: Většina čtenářů (nad 75%) bude využívat výpůjční služby.

Hypotéza 4: Méně než 50% respondentů bude vědět o akcích pořádaných knihovnou (besedy, koncerty apod.).

Hypotéza 5: Většina čtenářů (nad 50%) bude považovat internet v knihovnách za nadstandardní službu.

Hypotéza 6: Většina čtenářů (nad 50%) bude mít zájem o rozšíření služeb knihovny (katalog, správa čtenářského konta apod.) přes mobilní telefon.

6.2 Výsledky dotazování

1. Jste čtenářem Tábořské městské knihovny?		
Ano	120	100%

2. Do jaké věkové kategorie patříte?	
10 – 15	20
16 – 19	20
20 – 25	20
26 – 40	20
41 – 59	20
60 a více	20

3. Jaké služby knihovny využíváte?		
Výpůjční	113	94%
Rešeršní	0	0%
Meziknihovní výpůjční službu	5	3%
Veřejný internet	11	9%
Mezinárodní meziknihovní výpůjční službu	0	0%
Dokumentovou doručovací službu	5	3%
Přístup k databázím a informačním zdrojům	0	0%
Přístup k informacím o místní samosprávě	0	0%
Půjčování e-čtečky	0	0%

Otázka č. 3 byla zodpovídána s možností vícenásobného výběru, který většina respondentů nevyužila. Z výsledku vyplývá, že většina čtenářů (94%) využívá pouze základní výpůjční služby, o jiné služby nemá zájem. Malé procento čtenářů (pouhé 3%) využívá služby typu document delivery a meziknihovní výpůjční službu.

4. Znáte službu Ptejte se knihovny?		
Ano, už jsem ji využila.	11	9%
Ano, ale nevyžívám ji.	16	13%
Ne.	94	78%

Další otázka byla zaměřena na poměrně novou službu Ptejte se knihovny. 22% čtenářů o této službě ví, využívá ji ale pouze 9%. Většina čtenářů (78%) o službě nikdy neslyšela.

5. Víte, že knihovna půjčuje společenské hry?		
Ano, už jsem si nějakou hru půjčil/a.	22	18%
Ano, ale službu nevyžívám.	14	12%
Ne.	84	70%

Tato otázka se týkala služby, kterou Tábořská knihovna poskytuje teprve od února roku 2012, podle výsledků o této službě není většina čtenářů (70%) informována, službu využívá pouze 18% čtenářů.

6. Víte, že knihovna půjčuje Tematické kufříky pro vzdělávání dětí hrou?		
Ano, už jsem si kufřík půjčil/a.	10	8%
Ano, ale službu nevyžívám.	4	3%
Ne.	106	89%

Stejný problém můžeme pozorovat i u následující otázky na půjčování Tematických kufříků pro děti, které knihovna půjčuje od roku 2011. Většina čtenářů (89%) o této službě neví, ze 14% čtenářů, kteří o službě ví ji využívá pouze 10%.

7. Víte, že knihovna půjčuje e-čtečky?		
Ano, už jsem si ji půjčil/a.	18	15%
Ano, ale službu nevyžívám.	26	22%
Ne.	76	63%

I když u otázky č. 3 žádný z respondentů neodpověděl, že využívá možnost půjčit si e-čtečku, u této otázky odpovědělo 18 dotazovaných, že již této možnosti využilo. Možným vysvětlení je nejasnost formulace otázky, u otázky č. 3 mohli respondenti odpovídat na opakované využívání služby, u otázky č. 7 mohlo jít o jednorázovou výpůjčku. Celkově je ale o možnosti vypůjčení e-čtečky informováno více čtenářů (37%), než je tomu například u Tematických kufříků (14%) či společenských her (30%).

8. Přejde Vám nabídka knih v e-čtečce dostatečná?		
Ano.	53	44%
Ne, čtečku bych si půjčil/a, pouze pokud by knihovna nabízela zajímavější knihy.	25	21%
Ne, službu bych nevyužil/a ani kdyby knihovna nabízela zajímavější knihy.	42	35%

Další otázka se týká fondu e-knih. Podle 53% je nabídka knih dostatečná, 21% by využívalo služby, pokud by knihovna nabízela více knih. 35% čtenářů o službu nejeví zájem, bez ohledu na nabídku knih.

9. Víte, že knihovna pořádá různé kulturní akce (promítání filmů, hudební večery, různé besedy)?		
Ano.	30	25%
Ano, ale akce nenavštěvuji.	66	55%
Ne.	24	20%

Tato otázka je průlomová v informovanosti čtenářů – většina jich o pořádání akcí v knihovně ví (celkem 80%), i když akce navštěvuje pouze ¼ dotazovaných.

10. Víte, že knihovna v loňském roce nabízela kurzy internetu pro seniory?		
Ano, službu jsem využila.	11	9%
Ano, ale službu jsem nevyužil/a.	26	22%
Ne.	83	69%

I když většina z nejstarší věkové kategorie využila možnost vyplnit dotazník v papírové podobě, z výsledků otázky na možnosti kurzu internetu pro seniory vyplývá, že 11 dotazovaných využilo možnosti naučit se práci s počítačem a internetem při kurzech, které poskytovala Tábořská městská knihovna.

11. Které služby považujete za nadstandardní?		
Výpůjční	1	1%
Rešeršní	7	6%
Meziknihovní výpůjční službu	7	6%
Veřejný internet	0	0%
Mezinárodní meziknihovní výpůjční službu	42	35%
Dokumentovou doručovací službu	22	18%
Přístup k databázím a informačním zdrojům	18	15%
Přístup k informacím o místní samosprávě	14	12%
Půjčování e-čtečky	71	59%
Ptejte se knihovny	18	15%
Půjčování společenských her	56	47%
Tematické kufříky	64	53%

Další z otázek s možností vícenásobného výběru. 3% čtenářů považují za nadstandardní i výpůjční službu, více čtenářů ale vybírá spíše služby jako je půjčování tematických kufříků, společenských her či e-čtečky. Meziknihovní výpůjční službu považuje za nadstandardní 6% čtenářů, u služby document delivery číslo stoupá na 18% a mezinárodní meziknihovní výpůjční službu považuje za nadstandardní 35% respondentů. Zajímavostí je, že všichni respondenti považují veřejný internet za běžnou službu.

12. Které služby Vám v knihovně chybí?		
Upozorňování na novinky ve fondu	42	35%
Bibliobus – knihovna je špatně dostupná	0	0
On-line služba Ptejte se knihovny (v pracovních hodinách)	11	9%
Možnost spravování čtenářského konta přes mobilní telefon	22	18%
Čtenářský katalog upraven pro vyhledávání přes mobilní telefon	25	21%
Kurzy práce s databázemi a informačními zdroji	18	15%
Jiné – žádné	7	6%

Další otázka s možností vícenásobného výběru je zaměřená na služby, které čtenářům v knihovně chybí. 35% čtenářů by uvítalo upozorňování na novinky ve fondu knihovny (výpůjční služby využívá 94% čtenářů). Rozšíření služby Ptejte se knihovny na online chat s tábořskou knihovnou by uvítalo 9% čtenářů. Přibližně ¼ čtenářů by měla zájem o přizpůsobení katalogu a možnosti spravovat čtenářské konto přes mobilní telefon. Část čtenářů (15%) ví o možnostech využití databází a informačních zdrojů, které knihovna nabízí, a měla by zájem o kurzy práce s těmito zdroji.

6.3 Vyhodnocení hypotéz

Hypotéza 1: Tato hypotéza se v průběhu dotazování potvrdila. O možnosti půjčování e-čtečky neví 63% dotazovaných, o půjčování společenských her není informováno 70% a půjčování tematických kufřík pro děti si nevšimlo 89% dotazovaných.

Hypotéza 2: O půjčování e-čteček neví 63% dotázaných, 22% čtenářů je o službě informováno, ale nevyužívá ji. Pro 44% uživatelů je nabídka e-knih dostatečná. Při rozšíření nabídky e-knih by službu využívalo dalších 21% klientů. Tato hypotéza se nepotvrdila, očekávala jsem, že hlavně mezi studenty bude větší zájem o tuto službu.

Hypotéza 3: Tato hypotéza se potvrdila – 94% registrovaných uživatelů knihovny, využívá výpůjční služby, týká se to i mladší generace, která by mohla mít zájem spíše o elektronické zdroje poskytované knihovnou.

Hypotéza 4: Tato hypotéza se nepotvrdila – 80% čtenářů ví o akcích pořádaných knihovnou, i když se akcí zúčastní jen ¼ respondentů. Tyto akce v knihovně mají delší tradici, než například půjčování e-čteček, zároveň jsou většinou více propagované i v klasické papírové podobě, ať už v tisku nebo vylepováním plakátů.

Hypotéza 5: Žádný z respondentů nepovažoval veřejný internet za nadstandardní službu, naopak ji považují za samozřejmou, i když díky rozšíření internetu do domácností tuto službu v knihovně využívá pouze 9% čtenářů.

Hypotéza 6: Pouze 21% respondentů by mělo zájem o katalog přístupný přes mobilní telefon a pouze 18% uživatelů by mělo zájem o správu čtenářského konta přes mobilní telefon. Tato nižší čísla (vzhledem k věkovému rozptylu dotazovaných jsem očekávala vyšší) mohou být způsobena tím, že se jedná o dobře přístupnou veřejnou knihovnu, kde 94% uživatelů využívá výpůjční služby a o ostatní služby není tak velký zájem. Prospěch z mobilních aplikací mají především studenti, v univerzitních a vysokoškolských knihovnách je tedy pravděpodobně větší zájem o mobilní aplikaci i kvůli většímu využívání elektronických zdrojů.

6.4 Vyhodnocení dotazníku

Většina služeb Tábořské městské knihovny je prezentována na webové stránce knihovny, na hlavní stránce je pouze krátká zmínka o nových službách. Na sociální síti Facebook byly služby krátce prezentovány při zahájení provozu, více připomínány nebyly. V prostorách knihovny jsou služby prezentovány pouze ve vytištěném ceníku, jinak na ně upozorněno není.

Zároveň je podle využívání služeb knihovna vnímána v klasickém pojetí – jako místo pro půjčování knih, v menší míře i hudebních nosičů. Nicméně většinu uživatelů ve spojení s knihovnou nenapadnou další poskytované služby, ať už je to přístup k elektronickým zdrojům či informacím o místní samosprávě.

V případě akcí pořádaných knihovnou je veřejnost dobře informovaná (80%), ale z toho pouze 25% nějakou akci navštívilo, nebo navštěvuje pravidelně. Z těchto čísel vyplývá, že i když se o těchto akcích ví, nejsou pro širší veřejnost přitažlivé a bylo by třeba tyto akce pozměnit.

Městská knihovna Tábor poskytuje širokou škálu služeb, z nichž některé můžeme považovat i za nadstandardní. Základním problémem poskytování těchto služeb je neinformovanost čtenářů o většině těchto služeb, knihovna by se proto měla zaměřit na větší propagaci služeb, v případě již zažitých akcí (besedy, koncerty apod.) na jejich změnu, aby zaujaly širší veřejnost.

Závěr

Zahraníční i české knihovny nabízí širokou škálu služeb, mnoho z nich spadá do kategorie doplňkových a nadstandardních služeb. Tyto služby je těžké definovat, neboť každý je vnímá jinak – co je pro jednoho zákazníka běžná služba, někdo jiný vnímá jako nadstandard. Dále se tyto služby liší mezi zeměmi a samozřejmě také jejich vývoj jde dopředu, velmi často tyto služby souvisí s novými technologiemi. Co dnes považujeme za doplňkovou či nadstandardní službu, může být v blízké budoucnosti vnímáno jako běžný standard.

Nabízet a cílit tyto služby na správnou skupinu zákazníků by nebylo možné bez výzkumu stávajících i potencionálních zákazníků, proto si tyto služby nejde představit bez marketingu a propagace.

V současné době jsou služby velkých českých knihoven ve velké míře srovnatelné se světovými knihovnami, menší a střední knihovny jako je ta města Tábora nabízejí kvalitní doplňkové a nadstandardní služby pro širokou veřejnost. Jejich problémem je nedostatečná propagace těchto služeb, která má za důsledek neinformovanost širší veřejnosti o těchto službách.

Služby veřejných knihoven jsou určeny pro všechny zájemce bez ohledu na věk či sociální postavení, proto je nevýhodou, že většina služeb je propagována pouze prostřednictvím webové stránky či na profilu sociálních sítí.

V blízké době můžeme očekávat další rozvoj knihovnických služeb směrem k technologii mobilních telefonů a tabletů a větší rozvoj půjčování elektronických knih.

7 Seznam citovaných zdrojů

1. JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. 1. vyd. Praha : Grada, 2008. 284 s. ISBN 978-80-247-274-0.
2. SOVOVÁ, Eliška. Marketing v knihovnách. Část I.. *Inflow: information journal* [online]. 2010, roč. 3, č. 11 [cit. 2012-05-17]. Dostupný z WWW: <http://inflow.cz/marketing-v-knihovnach-cast-i>. ISSN 18029736.
3. BORCHARDT, Peter; FLODELL, Charlotta a MILZ, Michael. *Marketing pro veřejné knihovny*. 1.vyd. Praha : Národní knihovna v Praze, 1994. 187 s. ISBN 80-7050-173-1
4. KŘIVÁ, Eva. Veřejná knihovna – hypermarket splněných přání. *Knihovna v 21. století*. Sborník z mezinárodního semináře *Knihovna v 21. století*. Opava: Slezská univerzita, 2004. 92-96 s. Dostupný z WWW: <http://k21.fpf.slu.cz/wp-content/uploads/2012/01/Sborn%C3%ADk-K21-2004.pdf>
5. ANDRLOVÁ, Anna; DVOŘÁKOVÁ, Michala a HRUŠKOVÁ, Blanka. Role knihovny v ekonomickém prostředí informační společnosti. *Ikaros* [online]. 2009, roč. 13, č. 2 [cit. 2012-05-17]. Dostupný z WWW: <http://ikaros.cz/node/5258>.
6. VLASÁK, Rudolf a Soňa BULÍČKOVÁ. *Základy projektování informačních systémů*. Praha: Karolinum, 2003. 144 s. ISBN 8024607271
7. KŘIVÁ, Eva. Možnosti uplatnění metod public relations ve veřejné knihovně. *Knihovnický zpravodaj Vysočina* [online]. 2001 - 2003 [cit. 2012-05-16]. Dostupný z WWW: <http://knihzdar.cz/kzv/01-2003/kriva.htm> .
8. ANTLOVÁ, Martina. *Propagace knihoven a jejich služeb*. Brno, 2006. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita. Ústav české literatury a knihovnictví. Dostupný z WWW: http://is.muni.cz/th/74203/ff_b/MASARYKOVA_UNIVERZITA_V.pdf
9. GILL, Philip. *Služby veřejných knihoven : směrnice IFLA/UNESCO pro rozvoj*. Praha : Svaz knihovníků a informačních pracovníků ČR, 2002. 127 s. Dostupný z WWW: <<http://archive.ifla.org/VII/s8/news/pg01-cz.pdf>>. ISBN 80-85851-14-8.
10. KOUBOVÁ, Blanka. USNESENÍ VLÁDY ČESKÉ REPUBLIKY ze dne 7. července 2004 č.679 o Koncepci rozvoje knihoven v České republice na léta 2004 až 2010 [online].[cit.2006-03-06].Dostupný z WWW: http://knihovnam.nkp.cz/docs/Koncepce04_10.doc .
11. *ZÁKON ze dne 29. června 2001 o knihovnách a podmínkách provozování veřejných knihovnických a informačních služeb (knihovní zákon)*. [on-line]. [cit. 2011-01-02]. Dostupný z WWW: http://knihovnam.nkp.cz/sekce.php3?page=03_Leg/01_LegPod/Zakon257.htm .
12. PLANKOVÁ, Jindra. Tradiční metody užití knihovních materiálů. *Ikaros* [online]. 2007, roč. 11, č. 1 [cit. 17.05.2012]. Dostupný z WWW: <http://ikaros.cz/node/3801>. ISSN 12125075
13. KONSHAK, Peter. Coding a Custom E-Mail Alert Service for New Books. *Computers in Libraries*. 2001, 21 (2), 24. ISSN 1041-7915. Dostupný komerčně z: <http://ebshost.org> .
14. NÝDRLE, Ondřej. E-books – Právní ochrana elektronických knih. Brno, 2006. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita. Ústav české literatury a knihovnictví. Dostupný z WWW: http://is.muni.cz/th/74987/ff_b/bc_prace.pdf .

15. Česká republika. Zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). *Sbírka zákonů*, Česká republika. 2000, částka 36/2000 Sb. , č. 121, s. 1658-1685.
16. HERGERTOVÁ, MICHAELA. Rozmach elektronických knih. In: *Ekonomika ČT24 a Studio burza*. TV, ČT24, 21. října 2011, 21:25. Dostupný z WWW: <http://ceskatelevize.cz/ivysilani/10095417821-ekonomika-ct24-a-studio-burza/211411058021021-ekonomika-ct24/>.
17. WikiKnihovna [online]. [2011-] [cit. 2012-05-13]. Dostupný z WWW: http://wiki.knihovna.cz/index.php?title=WikiKnihovna%3AHlavn%C3%AD_strana.
18. DOČEKAL, Daniel. *Amazon umožní půjčovat knihy na Kindle v knihovnách* [online]. bookz.cz, 2011-04-21, [cit. 2011-12-28].
19. VODIČKOVÁ, Hana a CEJPEK, Jiří. *Terminologický slovník knihovnický a bibliografický*. 1. vyd. Praha: SPN, 1965. 119 s. Edice Ústř. vědecko-met. kabinetu knihovnictví. Publikace státních věd. knihoven.
20. *Městská knihovna Praha* [online]. Praha. Městská knihovna v Praze, 2011. [cit. 2012-25-05]. Dostupný z WWW: <http://mlp.cz/cz/>
21. *Knihovna města Plzně* [online]. Plzeň. Knihovna města Plzně, 2012. [cit. 2012-25-05]. Dostupný z WWW: <http://knihovna.plzen.eu/index.php> .
22. ŠEVČÍKOVÁ, Barbora. Pojízdna knihovna vs. nákupní centrum. *Ikaros* [online]. 2006, roč. 10, č. 11 [cit. 25.05.2012]. Dostupný z WWW: <http://ikaros.cz/node/3693>. ISSN 12125075.
23. ČERNÝ, Jan. Inspirujme se Finskem. Čtenář [online]. 2011, roč. 63, č. 4 [cit. 25.05.2012]. Dostupný z WWW: <http://ctenar.svkkj.cz/clanky/2011-roc-63/04-2011/inspirujeme-se-finskem-4-83-888.htm> . ISSN 1805-4064.
24. DE PAZ. Un service de longue date: le bibliobus de la province de León (Espagne). (French). *IFLA Conference Proceedings* [online]. 2005, 1-7. Komerčně dostupné z WWW: <http://ebSCOhost.org>
25. PLANKOVÁ, Jindra. Charakteristika vybraných zahraničních systémů a služeb dodávání dokumentů. *Ikaros* [online]. 2007, roč. 11, č. 4 [cit. 25.05.2012]. Dostupný z WWW: <http://ikaros.cz/node/4045>. ISSN 12125075.
26. PLANKOVÁ, Jindra. Terminologické otázky dodávání dokumentů. *Ikaros* [online]. 2006, roč. 10, č. 11 [cit. 25.05.2012]. Dostupný z WWW: <http://ikaros.cz/node/3683>. ISSN 12125075.
27. PLANKOVÁ, Jindra. Služby typu „document delivery“ v informační praxi. *Ikaros* [online]. 2006, roč. 10, č. 9 [cit. 25.05.2012]. Dostupný z WWW: <http://ikaros.cz/node/3588>. ISSN 12125075.
28. PLANKOVÁ, Jindra. *Problematika služeb typu „document delivery services“ (DDS)* [online]. [cit. 18.1.2011]. Dostupný z: <http://cvtisr.sk/itlib/itlib041/plankova.pdf>
29. PLANKOVÁ, Jindra. Nabídka systémů a služeb dodávání dokumentů v České republice. *Ikaros* [online]. 2007, roč. 11, č. 5 [cit. 28.05.2012]. Dostupný z WWW: <http://ikaros.cz/node/4072>. ISSN 12125075.
30. PLANKOVÁ, Jindra. Technické a technologické předpoklady služeb dodávání dokumentů. *Ikaros* [online]. 2006, roč. 10, č. 12 [cit. 28.05.2012]. Dostupný z WWW: <http://ikaros.cz/node/3727>. ISSN 12125075.

31. *Městská knihovna Tábor* [online]. Tábor: [Eclair design](#), [2008] [cit. 10.5.2012].
Dostupný z: <http://vkta.cz>
32. MORTENSEN, Helle Arendrup. Knihovní služby pro seniory: výzvy a příležitosti v oblasti služeb pro seniory v knihovně a další aktivity. *Knihovna* [online]. 2010, roč. 21, č. 1. Dostupný z WWW: <http://knihovna.nkp.cz/knihovna101/10157.htm>. ISSN 18013252.
33. PRASAD, Pannaga. Reference services to senior groups in the San Antonio public library. *Reference librarian*. 2009, roč. 50, č. 1. Dostupný komerčně z WWW: <http://ebSCOhost.org>.
34. KRATOCHVÍLOVÁ, Monika. Vícezdrojové financování v knihovnách – vyhodnocení a trendy. *Duha* [online]. 2010. [cit. 21.03.2013]. Dostupný z WWW: <http://duha.mzk.cz/clanky/vicezdrojove-financovani-v-knihovnach-vyhodnoceni-trendy>. ISSN 1804-4255.