



**ΑΝΟΙΚΤΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΗΡΗΣΕΩΝ»

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ για
Επαναδραστηριοποίηση της Δημοτικής
Βιβλιοθήκης Πάφου

ΕΛΕΝΗ ΣΑΚΚΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Μάριος Θεοδοσίου

ΛΕΥΚΩΣΙΑ, Μάιος, 2016

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου Σχολή Οικονομικών Επιστημών Και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΗΡΗΣΕΩΝ»**

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ για Επαναδραστηριοποίηση
της Δημοτικής Βιβλιοθήκης Πάφου**

Ελένη Σακκά

**Επιβλέπων Καθηγητής:
Μάριος Θεοδοσίου**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση
των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών
Στη ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΗΡΗΣΕΩΝ

από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών Και Διοίκησης

του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Μάιος 2016

Περίληψη

Στην παρούσα έρευνα αναφέρεται η χρήση του μάρκετινγκ που μπορεί να βρει εφαρμογή στη Δημοτική Βιβλιοθήκη Πάφου. Η εφαρμογή του μάρκετινγκ καθίσταται απαραίτητη στις Βιβλιοθήκες οι οποίες καλούνται να αντιμετωπίσουν τις νέες προκλήσεις και να αναγνωρίσουν τις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις.

Η Δημοτική Βιβλιοθήκη Πάφου έπειτα από χρόνια αδράνειας άνοιξε ξανά τις πόρτες της στους πολίτες. Η απουσία της από τα βιβλιοθηκονομικά δρώμενα συνέβαλε στην περιθωριοποίηση της τόσο στο κόσμο των Βιβλιοθηκών όσο και στους πολίτες της Πάφου.

Στην έρευνα αρχικά γίνεται αναφορά για τις Δημοτικές Βιβλιοθήκες ενώ ακολουθεί η ιστορική αναδρομή για τη Δημοτική Βιβλιοθήκη Πάφου, την ΚΕΒΕΠ και την διαδικασία που εφαρμόστηκε για την επαναλειτουργία της Δημοτικής Βιβλιοθήκης. Επίσης καταγράφονται αξιοσημείωτα παραδείγματα για τη χρήση του μάρκετινγκ στις Ελληνικές και τις Κυπριακές Βιβλιοθήκες.

Ακολουθεί η ανάλυση του μακροπεριβάλλοντος όπου περιλαμβάνει τις γενικές συνθήκες που επικρατούν στο εξωτερικό περιβάλλον, τις προκλήσεις και τις αλλαγές που ενδέχεται να έρθει αντιμέτωπη η βιβλιοθήκη. Το μικροπεριβάλλον αναφέρεται στους παράγοντες που επηρεάζουν την λειτουργία της βιβλιοθήκης. Κατόπιν γίνεται ανάλυση του Εσωτερικού Περιβάλλοντος (Ισχυρά, Ασθενή σημεία) και του Εξωτερικού Περιβάλλοντος (Ευκαιρίες, Απειλές).

Η Δημοτική Βιβλιοθήκη Πάφου χρειάζεται να δημιουργήσει ένα ολοκληρωμένο σχέδιο μάρκετινγκ για να προσελκύσει χρήστες. Στην έρευνα καταγράφονται οι μεταβλητές τμηματοποίησης που πρέπει να χρησιμοποιήσει η Βιβλιοθήκη όπως η δημογραφική τμηματοποίηση, η συμπεριφορική και η ψυχογραφική. Επίσης αναφέρονται τρόποι και ομάδες στόχευσης. Τα παιδιά είναι μια ομάδα στόχευσης αφού αν η Βιβλιοθήκη καταφέρει να τα κερδίσει τότε θα τα έχει και στην ενήλικη ζωή τους. Στο σχέδιο μάρκετινγκ εντάσσεται η τοποθέτηση όπου προτείνονται τρόποι τοποθέτησης της Βιβλιοθήκης στο μυαλό των πολιτών. Ακολούθως αναφέρονται τα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ αναφέροντας τις

υπηρεσίες που διαθέτει η Βιβλιοθήκη. Συγκεκριμένα η Βιβλιοθήκη διαθέτει πλούσιο Παφολογικό υλικό, γεγονός που τη ξεχωρίζει από τις υπόλοιπες Βιβλιοθήκες της Κύπρου. Στη συνέχεια αναφέρεται η τιμολόγηση των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης όπου διαπιστώνουμε ότι δεν υφίσταται καμία χρέωση στις υπηρεσίες που προσφέρει η Βιβλιοθήκη. Παρόλα αυτά όμως η Βιβλιοθήκη κατά την επαναδραστηριοποίηση της έχει προβεί σε μια σειρά από ενέργειες για την προώθηση της όπως ο μήνας εκδηλώσεων όπου διεξάγονταν ημερίδες, εργαστήρια κτλ. Θετικό γεγονός είναι η τοποθεσία της Βιβλιοθήκης, η οποία βρίσκεται σε κεντρικό σημείο της πόλης με αποτέλεσμα την εύκολη πρόσβαση των χρηστών. Μειονέκτημα όμως είναι η έλλειψη δικού της χώρου στάθμευσης, γεγονός που ίσως δυσχεραίνει τους χρήστες. Επίσης μειονέκτημα της Βιβλιοθήκης είναι η έλλειψη προσωπικού αφού απαρτίζεται από μόνο ένα άτομο που πρέπει να κάνει όλες τις εργασίες. Παράλληλα ο χώρος της Βιβλιοθήκης είναι μικρός για να χωρέσει όλο το υλικό της Βιβλιοθήκης. Τέλος στο μίγμα μάρκετινγκ αναφέρονται οι διαδικασίες της Βιβλιοθήκης για την ικανοποίηση των αναγκών των χρηστών.

Επίσης στην έρευνα αναφέρονται οι ενέργειες που πρέπει να γίνουν για υλοποίηση του σχεδίου μάρκετινγκ από πλευράς της Δημοτικής Βιβλιοθήκης Πάφου. Το προϊόν είναι βασικός παράγοντας για την ανάδειξη της Βιβλιοθήκης. Αναφέρονται οι υπηρεσίες που πρέπει να προσφέρει η Βιβλιοθήκη όπου επίσης εκτός από αυτές, σημαντικό θεωρείται και το ωράριο που θα λειτουργεί η Βιβλιοθήκη αλλά και η δημιουργία σήματος ώστε να εδραιωθεί στο μυαλό του κόσμου. Επίσης αναφέρεται η τιμολόγηση που πρέπει να έχουν οι υπηρεσίες ώστε να έχει έσοδα η Βιβλιοθήκη. Στην προώθηση αναφέρονται τρόποι διαφήμισης, ενέργειες προώθησης και οι δημόσιες σχέσεις για την προβολή της Βιβλιοθήκης. Παράλληλα στην εργασία καταγράφεται η τοποθεσία στην οποία πρέπει να βρίσκεται η Βιβλιοθήκη αλλά και στα προσόντα και τις δυνατότητες που πρέπει να έχει το προσωπικό. Επίσης αναφέρεται η διαμόρφωση του χώρου της Βιβλιοθήκης τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό της. Κατόπιν αναφέρονται οι διαδικασίες ώστε να είναι αποτελεσματική η Βιβλιοθήκη και η οργανωτική δομή. Γι' αυτό το λόγο έχει δημιουργηθεί οργανόγραμμα με τα τμήματα που πρέπει να έχει η

Βιβλιοθήκη. Επίσης γίνεται καταγραφή των αρμοδιοτήτων στα οποία καθορίζονται τα καθήκοντα και οι δραστηριότητες του κάθε τμήματος. Ταυτόχρονα προτείνονται συνεργασίες που πρέπει να αναπτύξει η Βιβλιοθήκη και τρόποι ικανοποίησης των αναγκών των χρηστών. Τέλος στο σχέδιο υλοποίησης, αναφέρεται ο προϋπολογισμός ώστε προφυλαχτεί η Βιβλιοθήκη από οικονομικές κακομεταχειρίσεις και να γίνει σωστή κατανομή των πόρων.

Τέλος της εργασίας παρατίθεται συνέντευξη από διάφορες ομάδες ατόμων όπου εκφράζουν την αντίληψη και τις προσδοκίες τους για τη Βιβλιοθήκη. Η συνέντευξη είχε σκοπό τη συλλογή πληροφοριών οι οποίες θα καταδείξουν τις ανάγκες του κοινού της Πάφου από τη Βιβλιοθήκη. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα το κοινό ενδιαφέρεται επί το πλείστον για λογοτεχνία και μυθιστορήματα. Επιτακτική είναι η ανάγκη εμπλουτισμού της συλλογής με πρόσφατες εκδόσεις. Ο Δήμος Πάφου πρέπει να επενδύσει στη Βιβλιοθήκη γιατί το κοινό έχει δείξει την ανάγκη του για μια σύγχρονη Δημοτική Βιβλιοθήκη.

Abstract

According to the present research it mentions applying the use of marketing found at Paphos Municipal Library. It is necessary in libraries that are asked to face new challenges and recognizing the changing demands.

After many years of indolence, the Municipal Library in Paphos, opened its doors once again to public. Its absence from the events was due to the marginalization of the people in libraries as well as the citizens of Paphos.

Firstly, in a research, a repost is carried out for Municipal Libraries followed by the historical retrospective. KEVEP and its procedure enforced the function of Libraries to proceed once again. Moreover noteworthy examples of the use of marketing in Greek and Cypriot Libraries are recorded.

The analysis follows up the length of the environment including the general state prevailing the external environment, its challenges and changes the Library is likely to be faced with. The least environmental factors are mentioned which influences the function of the Library. Furthermore, analysis of the internal surrounding (strengths, weaknesses) and the external (opportunities, threats) is carried out.

The Municipal Library in Paphos needs to create a full marketing plan to attract its users. In this research the various departments were recorded. Such as the demographical section, behavioral and psychological. In addition it mentions the methods of the group aim. Children are one group that Libraries aim at, attracting. As if they succeed in bringing children into using Libraries, these same children will continue using the Library throughout their adult life too. The marketing plans goal is to place the wherever various plans methods are offered to be absorbed in the mind of the citizens. Furthermore, the marketing mix elements is mentioned as to the services the Library offers. Specifically, the Library offers a rich Paphian material, which is in fact the reason it is singled out from all the other Libraries in Cyprus.

The cost of the Library's services which are offered is also mentioned. The Library re-opening has attracted users due to the activities offered. For example offering a month of events taking place such as workshops were held etc. There is a positive effect due the position of the Library as it is in the centre of the city, giving easy access for users. The disadvantage is the lack of parking area which is exclusively for the Library, so this puts off users. Another downfall is the lack of staff as the Library has only one member working there who has the sole responsibility of all the activities involved. The Library isn't spacious and doesn't have the space to fit all the material of the library. Finally, the variable marketing plan also mentions its procedures satisfy the needs of users.

The research mentions the actions energy efficacy which needs to approve the marketing plan from the Municipal Library aspect. The product is significant for the updating of the Library. The services that should be offered by the Library is important, but apart from them, the timetable of the working hours is an important issue and should be absorbed in the peoples mind. The cost of each particular service is taken in consideration so that the Library has profitable income. Methods to urge the acknowledgement of the Library involves advertising, effective activities and public relations. The aptitude strengths and qualities of what the staff should have as well as the position of the Library which is at an advantage is recorded in the research. The remodeling of the interior and exterior design is also mentioned. By proper organization and planning, gives better results in this section and will be achieve for the Library. The duties and activities for each department are determined. Co operation is offered and ways of satisfying the users. Finally the materialistic plan talks of the income to protect against bad economical management and the correct recording of the source.

Lastly, after the completion of the whole plans they will have interviews within various groups of people who will express their views, opinion and ideas for the expectations of the Library. The purpose of the interview is to collect information which will show needs of the public of Paphos. According to the

research the majority are interested in the literature and novels. There is a requisition to enrich the collection of recent publications. The Mayor of Paphos has to invest in the Library because the public have shown the need to have an up to date Municipal Library.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω καταρχάς την οικογένεια μου, τον επιβλέπων καθηγητή μου Μάριο Θεοδοσίου, τους συναδέλφους Σύλβια Κουκουνίδου, την Αναστασία Ιωάννου και την Κα. Μαρία Ευθυμίου για την πολύτιμη βοήθεια που μου πρόσφεραν.

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	iv
ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ.....	vii
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	xv

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

1.1 Εισαγωγή.....	1
1.2 Δημοτικές Βιβλιοθήκες.....	2
1.3 Ιστορική αναδρομή Δημοτικής Βιβλιοθήκης Πάφου.....	3
1.4 Ιστορική αναδρομή Κυπριακής Ένωσης Βιβλιοθηκονόμων – Επιστημόνων Πληροφόρησης (ΚΕΒΕΠ).....	4
1.5 Υπογραφή Συμφωνίας.....	5
1.6 Ενέργειες για την αναδιοργάνωση και επαναλειτουργία της Δημοτικής Βιβλιοθήκης Πάφου.....	7
1.7 Το μάρκετινγκ στις Δημοτικές Βιβλιοθήκες.....	8
1.8 Σκοπός της μελέτης.....	9
1.9 Δομή της μελέτης.....	10

Κεφάλαιο 2: Περιβάλλον Βιβλιοθήκης

2.1 Ανάλυση περιβάλλοντος.....	11
2.2 Μακροπεριβάλλον.....	12
2.2.1 Δημογραφικοί παράγοντες.....	13
2.2.2 Πολιτικοί Παράγοντες.....	16
2.2.3 Οικονομικοί Παράγοντες.....	17
2.2.4 Κοινωνικοί – Πολιτιστικοί Παράγοντες.....	19
2.2.5 Τεχνολογικοί Παράγοντες.....	21
2.2.6 Νομικοί Παράγοντες.....	23

2.2.7 Περιβαλλοντικοί Παράγοντες.....	24
2.3 Μικροπεριβάλλον.....	25
2.3.1 Οργανισμός.....	26
2.3.2 Διαδικασία αγοράς βιβλίων - Προμηθευτές	27
2.3.3 Χρήστες.....	28
2.3.4 Ανταγωνιστές.....	29
2.4 Απόψεις χρηστών και ενδιαφερομένων μερών.....	31
2.5 Ανάλυση SWOT.....	32
2.5.1 Εσωτερικό περιβάλλον.....	32
2.5.1.1 Ισχυρά σημεία (Strengths).....	32
2.5.1.2 Ασθενή σημεία (Weakness).....	33
2.5.2 Εξωτερικό περιβάλλον.....	33
2.5.2.1 Ευκαιρίες (Opportunities).....	34
2.5.2.2 Απειλές (Threats).....	34

Κεφάλαιο 3: Μάρκετινγκ

3.1 Καθορισμός στρατηγικής μάρκετινγκ.....	36
3.2 Τμηματοποίηση.....	36
3.3 Στόχευση.....	40
3.4 Τοποθέτηση.....	42
3.5 Το Μίγμα Μάρκετινγκ στη Βιβλιοθήκη.....	43
3.5.1 Προϊόν.....	44
3.5.2 Τιμή.....	47
3.5.3 Προώθηση.....	48
3.5.3.1 Διαφήμιση.....	49

3.5.3.2 Δημόσιες σχέσεις.....	49
3.5.4 Τοποθεσία.....	51
3.5.5 Άνθρωποι.....	52
3.5.6 Χώρος (φυσικά στοιχεία).....	53
3.5.7 Διαδικασίες.....	55
Κεφάλαιο 5: Υλοποίηση	
5.1 Υλοποίηση Μάρκετινγκ.....	57
5.1.1 Προϊόν.....	58
5.1.2 Τιμή.....	59
5.1.3 Προώθηση.....	60
5.1.3.1 Διαφήμιση.....	60
5.1.3.2 Ενέργειες προώθησης.....	62
5.1.3.3 Δημόσιες σχέσεις.....	62
5.1.4 Τοποθεσία.....	63
5.1.5 Ανθρώπινο δυναμικό.....	64
5.1.6 Χώρος.....	65
5.1.7 Διαδικασία.....	66
5.1.8 Οργανωτική δομή.....	67
5.1.9 Αρμοδιότητες.....	69
5.1.10 Συνεργασίες.....	72
5.1.11 Ικανοποίηση χρηστών.....	74
5.1.12 Προϋπολογισμός.....	75
Κεφάλαιο 6: Συμπέρασμα και εισηγήσεις.....	78
Παράρτημα Α: Έρευνα	

A.1 Σκοπός έρευνας.....	81
A.2 Μεθοδολογία έρευνας.....	81
A.3 Δείγμα έρευνας.....	82
A.4 Ανάλυση υλικού.....	85
A.4.1 Σχολιασμός απαντήσεων ΔΣ ΚΕΒΕΠ.....	85
A.4.2 Σχολιασμός απαντήσεων συνεργατών ΚΕΒΕΠ.....	89
A.4.3 Σχολιασμός απαντήσεων εργαζομένης στη ΔΒΠ.....	92
A.4.4 Σχολιασμός απαντήσεων εργαζομένων ΔΠ.....	93
A.4.5 Σχολιασμός απαντήσεων εκπαιδευτών.....	94
A.4.6 Σχολιασμός απαντήσεων εκπαιδευτών ειδικής εκπαίδευσης.....	96
A.4.7 Σχολιασμός απαντήσεων χρηστών.....	97
A.5 Συμπέρασμα.....	97
Βιβλιογραφία.....	100

Συντομογραφίες

ΔΒΠ: Δημοτική Βιβλιοθήκη Πάφου

ΚΕΒΕΠ: Κυπριακή Ένωση Βιβλιοθηκονόμων – Επιστημόνων Πληροφόρησης

ΔΠ: Δήμος Πάφου

ΔΣ: Διοικητικό Συμβούλιο

ΤΕΠΑΚ: Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου

ΒΠΚ: Βιβλιοθήκη Πανεπιστημίου Κύπρου

ΔΒ: Δημοτική Βιβλιοθήκη

ΕΕΒΕΠ: Ένωση Ελλήνων Βιβλιοθηκονόμων και Επιστημόνων Πληροφόρησης

ΔΒΣ: Δημοτική Βιβλιοθήκη Στροβόλο

Κεφάλαιο 1

1.1 Εισαγωγή

Το περιβάλλον των Βιβλιοθηκών συνεχώς μεταβάλλεται, καθώς πρέπει να ανταποκρίνονται στις συνεχώς αυξανόμενες ανάγκες και επιθυμίες των χρηστών. Η εφαρμογή του μάρκετινγκ στα πλαίσια του σύγχρονου περιβάλλοντος, καθίσταται απαραίτητη αφού οι Βιβλιοθήκες καλούνται να αντιμετωπίσουν τις νέες προκλήσεις ώστε να αναγνωρίσουν τις απαιτήσεις της σύγχρονης εποχής. Η παραγωγικότητα, η ποιότητα, η ευελιξία και η καινοτομία υιοθετούνται όλο και περισσότερο από τις Βιβλιοθήκες.

Οι Βιβλιοθήκες, δημοσιές ή ιδιωτικές από την αποστολή τους, δεν μπορεί παρά να είναι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί. Παρόλα αυτά η λειτουργία τους ενέχει μια επιχειρηματική – κερδοσκοπική διάσταση: τη βέλτιστη αξιοποίηση, κατά το δυνατόν των διαθέσιμων πόρων (Κατσιρίκου 2009). Έτσι, τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο έχει διεισδυση στο κόσμο των Βιβλιοθηκών το Μάρκετινγκ. Η ανάπτυξη των αναγκών των χρηστών σε συνδυασμό με την τεχνολογική ανάπτυξη και την οικονομική κατάσταση που επικρατεί τα τελευταία χρόνια, ώθησαν τις Βιβλιοθήκες στην ενσωμάτωση του Μάρκετινγκ. Οι Βιβλιοθήκες αναγνωρίζουν πλέον, ότι πρέπει να υιοθετήσουν στρατηγικές, ώστε το έργο τους να ανταποκρίνεται στους χρήστες και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται. Το μάρκετινγκ καθίσταται απαραίτητο για κάθε Βιβλιοθήκη που ενδιαφέρεται να προβάλει τις υπηρεσίες της και να καταστεί κέντρο έρευνας και ανάπτυξης ενός πολιτισμού. Οι Βιβλιοθήκες είναι συνυφασμένες με την πολιτιστική και πνευματική ανάπτυξη ενός κράτους. Αυτός είναι ένας άλλος παράγοντας ώστε οι Βιβλιοθήκες να ενσωματώσουν το μάρκετινγκ και να αναδείξουν το ρόλο που διαδραματίζουν στη κοινωνία.

1.2 Δημοτικές Βιβλιοθήκες

Σύμφωνα με το μανιφέστο της UNESCO
(http://archive.ifla.org/VII/s8/unesco/Public_Library_Manifesto-gr.pdf)

το 1994, η ΔΒ είναι το τοπικό κέντρο πληροφόρησης, που θέτει στη διάθεση του κοινού κάθε είδους γνώση και πληροφόρηση. Είναι ένας ζωντανός οργανισμός που βρίσκεται σε συνεχή εξέλιξη και προορισμό, τροφοδοτώντας όλο τον πληθυσμό της χώρας με πνευματική τροφή.

Είναι η τοπική πύλη που οδηγεί στη γνώση, παρέχει τις βασικές προϋποθέσεις για την δια βίου εκπαίδευση, την ανεξάρτητη λήψη αποφάσεων και την πολιτιστική εξέλιξη του ατόμου και κοινωνικών ομάδων.

Λειτουργεί σαν μορφωτικό, πνευματικό, εκπολιτιστικό και ψυχαγωγικό κέντρο. Με το να θέτει το υλικό και τις υπηρεσίες της δωρεάν, βοηθά τον πολίτη να συμμετέχει ισότιμα στο δικαίωμα της μόρφωσης, της πληροφόρησης και της αισθητικής καλλιέργειας.

Σκοπός και στόχος των ΔΒ είναι η προώθηση της γνώσης, της πληροφορίας, του πολιτισμού και εκπαίδευσης χωρίς πολιτικές, θρησκευτικές, φυλετικές ή άλλες διακρίσεις.

Σύμφωνα με τη διακήρυξη της IFLA
(http://archive.ifla.org/VII/s8/unesco/Public_Library_Manifesto-gr.pdf)

το 1994 βασική αποστολή των ΔΒ είναι:

- Δημιουργία και ενίσχυση αναγνωστικής συνήθειας στα παιδιά από νεαρή ηλικία
- Να υποστηρίζει τόσο την εξατομικευμένη όσο και την αυτοκαθοριζόμενη μάθηση καθώς και την επίσημη εκπαίδευση σε όλα τα επίπεδα
- Παροχή ευκαιριών για προσωπική δημιουργική ανάπτυξη
- Τόνωση της φαντασίας και δημιουργικότητα των παιδιών και των νέων

- Προώθηση της συνειδητοποίησης της πολιτιστικής κληρονομιάς, την εκτίμηση των τεχνών των επιστημονικών επιτευγμάτων και καινοτομιών
- Πρόσβαση στις πολιτιστικές εκφράσεις όλων των παραστατικών τεχνών
- Προώθηση του διαπολιτισμικού διαλόγου και την προώθηση της πολιτισμικής πολυμορφίας
- Υποστήριξη της προφορικής παράδοσης
- Εξασφάλιση πρόσβασης των πολιτών σε όλα τα είδη πληροφοριών
- Παροχή επαρκών υπηρεσιών πληροφόρησης στις τοπικές επιχειρήσεις, συλλόγους και ομάδες συμφερόντων
- Διευκόλυνση ανάπτυξης ενημέρωσης και εξοικείωσης δεξιοτήτων
- Υποστήριξη και συμμετοχή σε δράσεις και προγράμματα αλφαριθμητισμού για όλες τις ηλικίες και την έναρξη αυτών των δραστηριοτήτων όταν είναι απαραίτητο

1.3 Ιστορική αναδρομή Δημοτικής Βιβλιοθήκης Πάφου

Η ΔΒΠ ιδρύθηκε το 1946 (επι Αγγλοκρατίας) και το Μάιο της ίδιας χρονιάς έγιναν τα εγκαίνια της Βιβλιοθήκης. Η Βιβλιοθήκη ιδρύθηκε έπειτα από πρωτοβουλία του τότε Δημάρχου της πόλης Χριστόδουλου Γαλατόπουλου. Η ανέγερση του κτιρίου ξεκίνησε το 1944 και κόστισε 3000 λίρες.

Στο χώρο της Βιβλιοθήκης φιλοξενήθηκαν πολιτιστικές εκδηλώσεις όπου συμμετείχαν σημαντικές προσωπικότητες όπως ο λογοτέχνης Στρατής Μυριβήλης.

Λειτουργώντας η ΔΒΠ απέκτησε τα πρώτα της βιβλία από δωρεές διαφόρων οικογενειών γιατρών και εκπαιδευτικών, αλλά και από μορφωμένους πολίτες εκείνης της εποχής. Την περίοδο της ακμής της, είχε περίπου 16.000 τόμους βιβλίων Ελληνικά και ξένα ίσα σε αναλογία περίπου και μερικά περιοδικά.

Περιλαμβάνει πλούσια συλλογή σε Κυπρολογικά και Παφολογικά βιβλία. Από τα περιοδικά ξεχωρίζει το Ιστορικό Περιοδικό Πάφος.

Η Βιβλιοθήκη χρησιμοποιούσε το ταξινομικό σύστημα Dewey, υπήρχε δελτιοκατάλογος αλλά δεν ήταν αυτοματοποιημένη.

Τα τελευταία χρόνια η Βιβλιοθήκη πέρασε από την παρακμή και υπολειτουργία της, στο κλείσιμο της.

1.4 Ιστορική αναδρομή Κυπριακής Ένωσης Βιβλιοθηκονόμων-Επιστημόνων Πληροφόρησης (ΚΕΒΕΠ)

Η ΚΕΒΕΠ (<http://kebep.eu/index.php/el/istoriko>) είναι το μοναδικό και αναγνωρισμένο από την Κυπριακή Δημοκρατία σωματείο Κυπρίων Βιβλιοθηκονόμων.

Ιδρύθηκε το 1987 με την ονομασία «Κυπριακή Ένωση Επαγγελματιών Βιβλιοθηκαρίων» (ΚΕΕΒ). Το 2008 έπειτα από την επαναδραστηριοποίηση της μετονομάστηκε σε Κυπριακή Ένωση Βιβλιοθηκονόμων – Επιστημόνων Πληροφόρησης αντανακλώντας το σύγχρονο περιβάλλον στην επιστήμη της πληροφόρησης.

Σύμφωνα με το καταστατικό της, η ΚΕΒΕΠ έχει τους εξής σκοπούς:

- Την ανάπτυξη και προαγωγή σε ψηλά επίπεδα της βιβλιοθηκονομίας, της αρχειονομίας και της επιστήμης της πληροφόρησης στην Κύπρο
- Τη διασφάλιση και θεσμική κατοχύρωση του επαγγέλματος του βιβλιοθηκονόμου
- Την εξύψωση του κύρους του επαγγέλματος του βιβλιοθηκονόμου και την άνοδο του ποιοτικού επιπέδου των προσφερόμενων υπηρεσιών από τις Βιβλιοθήκες
- Την προώθηση των συμφερόντων των μελών του κλάδου

- Τη διασφάλιση της τήρησης από τα μέλη ως άτομα και ως σύνολο υψηλών επιπέδων επαγγελματικής συμπεριφοράς
- Την προώθηση της συναδελφικής αλληλεγγύης, αλληλοϋποστήριξης και αλληλοβοήθειας μεταξύ των μελών, ανταλλαγή εμπειριών και μεσολάβηση για λύση τυχόν διαφορών μεταξύ τους
- Την ανάπτυξη των κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των μελών και μεταξύ της Ένωσης και των εργοδοτών και του κοινού γενικότερα
- Την παρακολούθηση της νομοθεσίας, σχετικά με τις Βιβλιοθήκες και την προσπάθεια για την προώθηση νέων κατάλληλων νομοθετικών μέτρων
- Την παρακολούθηση και τον συντονισμό του συνόλου των δραστηριοτήτων που έχουν σχέση με το βιβλίο και τη γνωμοδότηση σε θέματα που αφορούν την οργάνωση και λειτουργία των κυπριακών Βιβλιοθηκών

1.5 Υπογραφή Συμφωνίας

Στις 21 Νοεμβρίου 2014 υπογράφηκε συμφωνία μεταξύ της ΚΕΒΕΠ και του ΔΠ. Η συμφωνία αφορά την επαναλειτουργία και αναδιοργάνωση της ΔΒΠ στη Βάση του σχεδίου ανάπτυξης που εκπόνησε η ΚΕΒΕΠ και εγκρίθηκε από το Δημοτικό Συμβούλιο Πάφου (<https://www.facebook.com/Εργο-ΚΕΒΕΠ-Αναδιοργάνωση-και-Επαναλειτουργία-Δημοτικής-Βιβλιοθήκης-Πάφου-1614894278757994/>).

Η συμφωνία ξεκίνησε να ισχύει από την 1^η Ιανουαρίου 2015 και είχε διάρκεια ένα χρόνο.

Σύμφωνα με το σχέδιο αναδιοργάνωσης και επαναλειτουργίας της Βιβλιοθήκης οι συμβαλλόμενοι (ΚΕΒΕΠ, ΔΠ) θα πρέπει:

- Το έργο να αποτελεί τη βάση για την αναδιοργάνωση και επαναλειτουργία της Βιβλιοθήκης
- Τα αποτελέσματα θα πρέπει να είναι άμεσα, ορατά και μετρήσιμα

- Πλήρωση κενών θέσεων έπειτα από προκήρυξη με συγκεκριμένα κριτήρια. Τα κριτήρια και η επιλογή του προσωπικού αναλαμβάνονται από την ΚΕΒΕΠ
- Τον μισθό του προσωπικού θα τον αναλάβει ο ΔΠ
- Από τους 16.000 τίτλους βιβλίων θα επιλεγούν οι 6000 τίτλοι για τους οποίους υπάρχει χώρος να φιλοξενηθούν στην Βιβλιοθήκη
- Η αξιολόγηση του υλικού θα γίνει με αυστηρά θεματολογικά κριτήρια
- Πρόνοια επέκτασης της συλλογής τα επόμενα 5 χρόνια. Οι αποθηκευτικοί χώροι και τα κλειστά βιβλιοστάσια θα πρέπει να προνοηθούν νωρίτερα για τη σωστή διαχείριση του υλικού
- Η ΚΕΒΕΠ θα πρέπει να αναλάβει το διαχωρισμό των βιβλίων σε 4 κατηγορίες γιατί λόγω του μικρού χώρου δεν είναι δυνατόν να φιλοξενηθούν όλα τα βιβλία που διαθέτει η Βιβλιοθήκη. Έτσι αποφασίστηκε να παραμείνουν στη Βιβλιοθήκη το παιδικό υλικό, το παφολογικό μαζί με μέρος του λογοτεχνικού και ακαδημαϊκού υλικού.
- Η ΚΕΒΕΠ και ο ΔΠ θα πρέπει να συνεργαστούν για την σωστή και επιτυχή υλοποίηση του έργου
- Συμφωνία εγκατάστασης λογισμικού συστήματος ΚΟΗΑ για την φιλοξενία του ηλεκτρονικού καταλόγου με τις εγγραφές της Βιβλιοθήκης. Το λογισμικό και η εγκατάσταση του θα παραχωρηθούν από το ΤΕΠΑΚ
- Το ΤΕΠΑΚ θα ενισχύσει το έργο με την παραμετροποίηση του συστήματος και την παροχή ατόμων για την εκπαίδευση του προσωπικού.
- Ο ΔΠ πρέπει να αγοράσει με δικά του έξοδα αντικλεπτικό εξοπλισμό
- Πραγματοποίηση τουλάχιστον 5 εκδηλώσεων με σκοπό την προώθηση της Βιβλιοθήκης και της φιλαγνοσύας

1.6 Ενέργειες για την αναδιοργάνωση και επαναλειτουργία της Δημοτικής Βιβλιοθήκης Πάφου

Μετά την πρόσκληση του ΔΠ στην ΚΕΒΕΠ, η ένωση ενημερώθηκε για το υλικό της Βιβλιοθήκης και τα θέματα που θα ήθελε ο δήμος να μπουν στη συλλογή. Έπειτα δημιουργήθηκε χρονοδιάγραμμα όπου καθορίστηκε ο αριθμός και τα θέματα που έπρεπε να υλοποιηθούν. Κατόπιν η ένωση με τη σειρά της ενημέρωσε την Κοινοπραξία Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών για τη δική τους συμβολή. Από την κοινοπραξία οι τρεις ακαδημαϊκές Βιβλιοθήκες δεσμεύτηκαν για τεχνογνωσία και υποστήριξη. Αμέσως μετά την υπογραφή της συμφωνίας, η ΚΕΒΕΠ προκήρυξε δυο θέσεις συνεργατών βιβλιοθηκονόμων.

Μετά τη λήξη του χρονικού περιθωρίου που θα μπορούσαν οι ενδιαφερόμενοι να υποβάλουν τις αιτήσεις τους, το ΔΣ της ΚΕΒΕΠ μελέτησε τα βιογραφικά των ενδιαφερομένων και δημιούργησαν τις ερωτήσεις που θα τους υποβάλλονταν.

Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, παρόντες ήταν και τα 7 μέλη του ΔΣ της ΚΕΒΕΠ. Τρία μέλη του ΔΣ της ΚΕΒΕΠ υπέβαλλαν τις ερωτήσεις στους υποψήφιους ενώ παράλληλα κατέγραφαν τις εντυπώσεις τους. Τα υπόλοιπα μέλη σημείωναν τις εντυπώσεις τους για κάθε υποψήφιο ξεχωριστά. Με το τέλος των συνεντεύξεων, το ΔΣ ξεκίνησε την αξιολόγηση των υποψηφίων. Κάθε μέλος αξιολογούσε τον κάθε υποψήφιο ξεχωριστά.

Εντός μιας βδομάδας ειδοποιήθηκαν τα άτομα που επιλέγηκαν ως συνεργάτες του έργου και ξεκίνησε η υλοποίηση του έργου. Αρχικά έγινε η διαλογή του υλικού και ακολούθως πραγματοποιήθηκε η εκπαίδευση τους στο λογισμικό σύστημα ΚΟΗΑ.

Υπήρχε συχνή επικοινωνία με τους συνεργάτες της Βιβλιοθήκης αλλά και με αρμόδια πρόσωπα του ΔΠ για τον έλεγχο της προόδου αλλά και ανάγκες που προέκυπταν.

1.7 Το μάρκετινγκ στις Δημοτικές Βιβλιοθήκες

Σύμφωνα με τον Macarthey (1989) οι Βιβλιοθήκες σήμερα αντιμετωπίζουν όλο και περισσότερο τον αυξανόμενο ανταγωνισμό και την εξέλιξη της τεχνολογίας όπως και την αχαλίνωτη αύξηση του κόστους σε όλο το φάσμα του υλικού τους. (Βαρδακώστα 2002). Αυτές οι «απειλές» μπορούν να γίνουν προκλήσεις δίνοντας την ευκαιρία στις Βιβλιοθήκες να επανασχεδιάσουν το μέλλον τους (Denham 1995). Σε ένα περιβάλλον που οι Βιβλιοθήκες καλούνται να αντιμετωπίσουν ένα συνεχώς αυξανόμενο ανταγωνισμό από διάφορους παροχείς πληροφόρησης, τα οφέλη από την εφαρμογή των τεχνικών του μάρκετινγκ είναι για αυτές περισσότερο από προφανή πλέον, κυρίως ως μέρος του στρατηγικού σχεδιασμού (Μπαλτά 2008).

Το μάρκετινγκ επιτρέπει στις Βιβλιοθήκες να αναγνωρίζουν τις ομάδες πελατών τους, να κατανοούν τα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες τους, να ανακαλύπτουν τμήματα της αγοράς που δεν καλύπτουν με τις υπηρεσίες και τα προϊόντα τους, να λαμβάνουν διοικητικές αποφάσεις που θα επιτρέπουν στις παρεχόμενες υπηρεσίες τους να είναι αποτελεσματικότερες, αποδοτικότερες και κυρίως πιο ανταγωνιστικές και τέλος τους παρέχει τη δυνατότητα σχεδιασμού μιας τέτοιας επικοινωνιακής πολιτικής, η οποία εκμεταλλευόμενη τα κατάλληλα εργαλεία, αναδεικνύει το ρόλο τους και βελτιώσει την εικόνα τους (Μπαλτά 2008).

Στο πλαίσιο των Βιβλιοθηκών το μάρκετινγκ δεν σημαίνει μόνο προώθηση και διάδοση των υπηρεσιών ή των προϊόντων που αναπτύχθηκαν αλλά είναι μια δράση για την ευαισθητοποίηση των χρηστών σχετικά με τις προσφερόμενες πληροφορίες και υπηρεσίες (Muruli 2013).

Πολλά είναι τα παραδείγματα Επαγγελματικών φορέων και Βιβλιοθηκών σε Ελλάδα και Κύπρο που χρησιμοποιούν το μάρκετινγκ.

Η ΕΕΒΕΠ (<http://www.eebep.gr/>) αναγνωρίζοντας το έλλειμμα θεσμών μέσα στο παρόν θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας των ΔΒ και θέλοντας να ενισχύσει τον ρόλο τους στην τοπική κοινωνία ανέλαβε εξ' ολοκλήρου την διοργάνωση των Επιστημονικών και Επαγγελματικών Συνεδρίων (Κυριακοπούλου 2009).

Τον Νοέμβριο του 2014 η ΚΕΒΕΠ (<http://kebep.eu/index.php/el/>) σε συνεργασία με τη ΔΒΣ διοργάνωσαν ημερίδα με θέμα τις ΔΒ. Η ημερίδα διεξήχθη στη ΔΒΣ τόσο για την προώθηση της πρόσφατα ανακαινισμένης ΔΒΣ όσο και για τη προώθηση των ΔΒ της Κύπρου.

Η ΔΒ Λευκωσίας έχει αναπτύξει συνεργασία για την παρουσίαση της λογοτεχνίας κάθε χώρας που προεδρεύει της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε συνδυασμό με έκθεση βιβλίων της τιμώμενης χώρας (Νικολάου et al. 2008).

Η ΔΒ της Βέροιας (<http://www.libver.gr/>) διοργανώνει εργαστήρια για παιδιά και δωρεάν μαθήματα Αγγλικών.

Η Εθνική Βιβλιοθήκη Ελλάδος (<http://www.nlg.gr/>) και το Δίκτυο Δημοτικών Βιβλιοθηκών Futurelibrary (<http://www.futurelibrary.gr/about-us/>) διοργάνωσαν εκστρατεία με την ονομασία «Εδώ δεν είναι Βιβλιοθήκη» όπου καλούσαν παιδιά, εφήβους, ενήλικες και χρήστες Βιβλιοθηκών να ανακαλύψουν μέσα από δραστηριότητες, εκδηλώσεις και εργαστήρια τους ποικίλους ρόλους που έχει η Βιβλιοθήκη.

Η ΔΒ Πειραιά (<http://84.205.225.194/library/ΚεντρικήΣελίδα/tabid/429/language/en-US/Default.aspx>) διοργάνωσε για το κοινό της επίσκεψη στο μεγαλύτερο ηλιακό πλοίο του κόσμου επίσης διοργάνωσε ποιητικό εργαστήριο, εργαστήριο δημιουργικής γραφής και παρουσίαση ποιητικών συλλογών.

1.8 Σκοπός της μελέτης

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να αναδείξει τεχνικές μάρκετινγκ που μπορούν να εφαρμοστούν στη Δημοτική Βιβλιοθήκη Πάφου ώστε να την αναδείξει ως κέντρο πολιτισμού και μάθησης. Η Βιβλιοθήκη χρειάζεται να δημιουργήσει κατάλληλες μεθόδους επικοινωνίας με την κοινότητα που την φιλοξενεί, να γνωρίζει ποιοι είναι, τις ανάγκες τους, τρόποι προσέλκυσης χρηστών και να προετοιμαστεί για τις μεταβολές που πιθανόν να έρθει αντιμέτωπη η Βιβλιοθήκη. Η μελέτη καταδεικνύει μεθόδους στρατηγικής

μάρκετινγκ που βρίσκουν εφαρμογή στις ΔΒ. Παράλληλα δημιουργήθηκε για να καταστεί ένα ολοκληρωμένο εργαλείο μάρκετινγκ Βιβλιοθηκών.

1.9 Δομή της μελέτης

Τα κεφάλαια τα οποία διαπραγματεύεται η μεταπτυχιακή διατριβή είναι τα ακόλουθα:

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή. Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται αναφορά για τις Δημοτικές Βιβλιοθήκες και στη ΔΒΠ καθώς και τη διαδικασία που ακολούθησε η ΚΕΒΕΠ για την αναδιοργάνωση και επαναλειτουργία της Δημοτικής Βιβλιοθήκης Πάφου.

Κεφάλαιο 2: Ανάλυση περιβάλλοντος. Γίνεται ανάλυση του περιβάλλοντος της Βιβλιοθήκης και τον αντίκτυπο που έχει στη λειτουργία της.

Κεφάλαιο 3: Μάρκετινγκ. Περιλαμβάνει τις στρατηγικές Μάρκετινγκ που πρέπει να ακολουθήσει η Βιβλιοθήκη.

Κεφάλαιο 4: Μίγμα Μάρκετινγκ. Γίνεται καταγραφή των στοιχείων του μίγματος Μάρκετινγκ.

Κεφάλαιο 5: Υλοποίηση. Αναπτύσσονται εισηγήσεις που πρέπει να ακολουθήσει η Βιβλιοθήκη για να υλοποιηθούν οι στόχοι της.

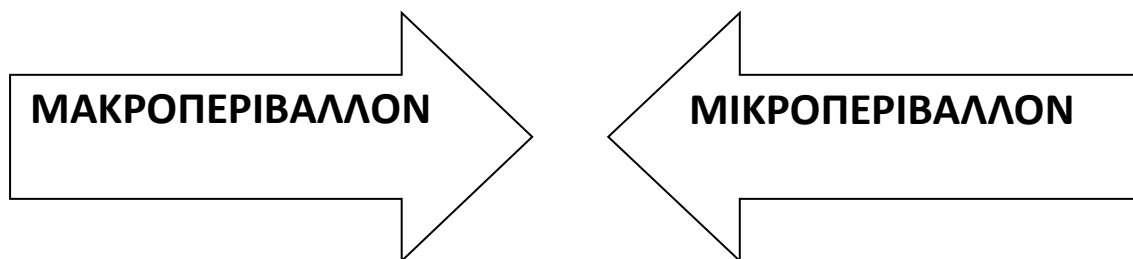
Κεφάλαιο 6: Συνεντεύξεις. Παρουσιάζονται συνεντεύξεις από διάφορες ομάδες ατόμων.

Κεφάλαιο 2

Περιβάλλον Βιβλιοθήκης

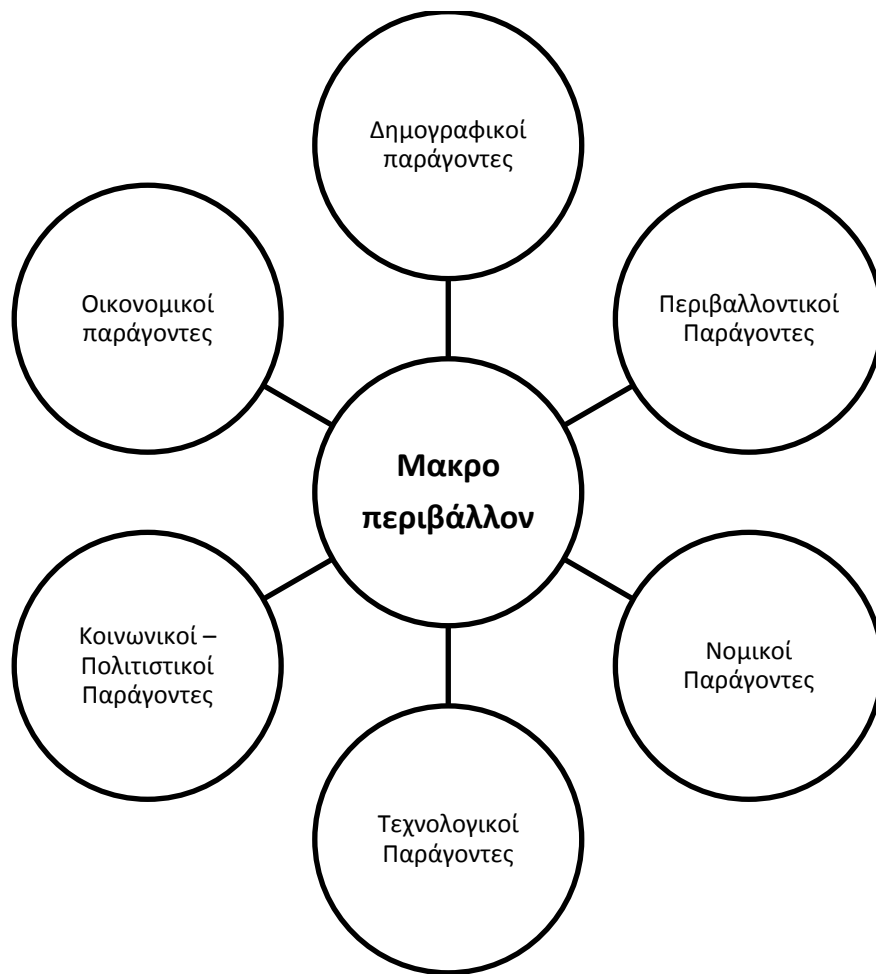
2.1 Ανάλυση περιβάλλοντος

Οι Βιβλιοθήκες σήμερα λειτουργούν σε ένα περιβάλλον το οποίο συνεχώς μεταβάλλεται. Για να μπορέσουν να προσαρμοστούν θα πρέπει να είναι προετοιμασμένες για να μπορέσουν να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν. Παρότι οι υπεύθυνοι των Βιβλιοθηκών δεν μπορούν να γνωρίζουν τις μεταβολές που πρόκειται να σημειωθούν, εντούτοις κάποιες καταστάσεις μπορούν να προβλεφθούν χρησιμοποιώντας πληροφορίες και έρευνα. Οι Βιβλιοθήκες για να λειτουργήσουν σωστά πρέπει να γνωρίζουν ποια είναι η αποστολή τους, οι στόχοι τους και να έχουν τις κατάλληλες στρατηγικές ούτως ώστε να αναπροσαρμόζονται σε κάθε μεταβολή του περιβάλλοντος κάνοντας διορθώσεις όπου είναι απαραίτητο. Για να προγραμματιστούν οι δραστηριότητες του Μάρκετινγκ και να εκτιμήσουν σωστά το περιβάλλον της επιχείρησης πρέπει να αναλύσουν το μακροπεριβάλλον και το μικροπεριβάλλον.



2.2 Μακροπεριβάλλον

Το μακροπεριβάλλον περιλαμβάνει τις γενικές συνθήκες που επικρατούν στο εξωτερικό περιβάλλον, τις προκλήσεις και αλλαγές με τις οποίες πιθανόν να έρθει αντιμέτωπη η Βιβλιοθήκη. Η Βιβλιοθήκη όταν προβλέψει καταστάσεις πιθανόν να μην μείνει παθητική αλλά να αναπτύξει διάφορες άμυνες για να τις αντιμετωπίσει. Οι δυνάμεις που συνθέτουν το μακροπεριβάλλον είναι: οι δημογραφικές, πολιτικές, οικονομικές, κοινωνικές – πολιτιστικές, τεχνολογικές, νομικές, και περιβαλλοντικές. Μελετώντας τους οικονομικούς και πολιτικούς παράγοντες η Βιβλιοθήκη θα είναι προετοιμασμένη για να εξασφαλίσει τους απαραίτητους πόρους για τη βιωσιμότητα της όπως για παράδειγμα η μείωση χρηματοδότησης των Βιβλιοθηκών στην Ελλάδα με αποτέλεσμα τη διακοπή πρόσβασης σε περιοδικές εκδόσεις. Από την άλλη οι κοινωνικο-πολιτιστικοί και δημογραφικοί παράγοντες θα συμβάλουν στη καλύτερη εξυπηρέτηση και διατήρηση των χρηστών της Βιβλιοθήκης. Παράλληλα η τεχνολογική ανάπτυξη επηρεάζει κατά πολύ την εξέλιξη και την εναρμόνιση των αναγκών των χρηστών με τις υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης ενώ από τα σημαντικότερα θέματα που καλείται να αντιμετωπίσει τα τελευταία χρόνια η Βιβλιοθήκη είναι το ζήτημα πνευματικής ιδιοκτησίας γιατί ενώ από τη μια η Βιβλιοθήκη πρέπει να παρέχει πρόσβαση στη γνώση από την άλλη πρέπει να προστατέψει τα δικαιώματα των δικαιούχων δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η Βιβλιοθήκη λόγω της φύσης της χρησιμοποιεί ανακυκλώσιμα υλικά όπως χαρτί και μελάνι έτσι είναι απαραίτητη η συμβολή στην προώθηση της περιβαλλοντικής συνείδησης τόσο ανάμεσα στο προσωπικό της όσο και στους χρήστες της.



2.2.1 Δημογραφικοί παράγοντες

Επειδή οι Βιβλιοθήκες απευθύνονται σε ανθρώπους, η μελέτη του δημογραφικού περιβάλλοντος είναι απαραίτητη για να γνωρίζουν τις δημογραφικές εξελίξεις. Οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης θα πρέπει ενημερωθούν και να κατανοήσουν τις αλλαγές στο δημογραφικό περιβάλλον για να προγραμματίσουν το μέλλον καθώς αυτές οι αλλαγές επηρεάζουν τη Βιβλιοθήκη.

- Ο πληθυσμός της ελεύθερης Κύπρου το τέλος του 2013 ήταν 858.000 κάτοικοι, από τους οποίους οι 167.100 ήταν ξένοι υπήκοοι. Το 2014 ο αριθμός των κατοίκων μειώθηκε κατά 10.000. Ενώ στις αρχές της

δεκαετίας του 1990 περίπου το 95% στις ελεύθερες περιοχές ήταν Ελληνοκύπριοι, τα τελευταία χρόνια είναι το 80%.

- Το ποσοστό των Ελληνοκυπρίων στο σύνολο του πληθυσμού έχει μειωθεί στο 59,6%.
- Τα τελευταία χρόνια οι γάμοι έχουν μειωθεί σε συνδυασμό με τα διαζύγια που έχουν αυξηθεί έχει ως αποτέλεσμα την μείωση των γεννήσεων. Αναλύοντας βλέπουμε ότι οι γάμοι το 2014 έχουν μειωθεί στους 12.404 σε σύγκριση με τον προηγούμενο χρόνο που ήταν 12.683 ενώ ο αριθμός των διαζυγίων έφτασε στα 1884 και το ακαθάριστο ποσοστό διαζευκτικότητας 2,21 για κάθε χίλιους κατοίκους. Έτσι το 2014 ο αριθμός των γεννήσεων μειώθηκε στις 9258 από 9341 που ήταν το 2013. Το ακαθάριστο ποσοστό γεννητικότητας υπολογίστηκε στο 10,9 ανά 1000 κατοίκους.
- Το ποσοστό των παιδιών κάτω των 15 ετών το 2014 υπολογίστηκε σε 16,4% ενώ οι ηλικιωμένοι 65 χρονών και άνω στο 14,6% σε σύγκριση με το 25,4% και 11,0% αντίστοιχα το 1992 και 25,0% και 10,8% το 1982. Βλέπουμε λοιπόν ότι αυξήθηκε σταδιακά το ποσοστό των ηλικιωμένων και μειώθηκε το ποσοστό των παιδιών. Το ποσοστό των ατόμων 45-65 χρονών αυξήθηκε από 19,3% που ήταν το 1992 σε 24,5%, το 1982 ήταν 17,6%. Αυτή η αύξηση δείχνει κάποια γήρανση του πληθυσμού και στις εργάσιμες ηλικίες.
- Λόγω της οικονομικής κρίσης η μετανάστευση για εξεύρεση εργασίας και καλύτερων συνθηκών διαβίωσης έχει αυξηθεί. Οι οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στη Κύπρο ωθούν τους νέους που σπουδάζουν στο εξωτερικό να παρατείνουν τις σπουδές τους και να αναζητήσουν καλύτερες συνθήκες εργασίας στο εξωτερικό.
- Ο αριθμός των θανάτων το 2014 ήταν 5250 και το αντίστοιχο ποσοστό θνησιμότητας 6,2 θάνατοι για κάθε 1000 κατοίκους. Παράλληλα η μέση διάρκεια ζωής για το 2014 υπολογίστηκε σε 80,7 χρόνια για τους άντρες και 84,5 για τις γυναίκες. Σε σύγκριση με το 2013 έχουμε 80,0 χρόνια για

τους άντρες και 84,8 για τις γυναίκες ενώ το 2012 σε 78,8, για τους άντρες και 83,2 για τις γυναίκες.

- Η καθαρή μετανάστευση στη Κύπρο ήταν θετική από το 1983 μέχρι τον 2011. Από το 2012 άρχισε να παρατηρείται αρνητική τάση από -619 το 2012 στις -15000 το 2014.
- Σύμφωνα με την απογραφή του 2011 ο αριθμός των κατοίκων ανά περιοχή είναι έχει αυξηθεί σε σύγκριση με το 2001. Αναλυτικά για το 2011είναι: Λευκωσία 325.756, Λεμεσός 235.056, Λάρνακα 143.367, Πάφος 88.266, Αμμόχωστος 46.452. Οι κάτοικοι στην απογραφή του 2001 αντίστοιχα ήταν 273.642, 196.553, 115.268, 66.364, 37.738.
- Τα τελευταία χρόνια η τριτοβάθμια εκπαίδευση έχει αναπτυχθεί στην Κύπρο. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία οι εγγραφές των φοιτητών στην τριτοβάθμια εκπαίδευση ανέρχονται σε 31.965 φοιτητές σε σύγκριση με το 2011/12 που ήταν 31.772. Επίσης αυξήθηκε ο αριθμός των σπουδαστών από 23.232 που ήταν το 2011/12 σε 23.590 το 2012/13 που επιλέγουν να φοιτήσουν σε Πανεπιστημιακά ή μη ιδρύματα της Κύπρου. Αντιθέτως παρουσιάστηκε μείωση των ξένων σπουδαστών από 8540 που ήταν το 2011/12 σε 8375 το 2012/13.
- Το 2012-2013 σε επίπεδο Μεταλυκειακής μη τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, λειτούργησε για πρώτη φορά το Μεταλυκειακό Ινστιτούτο Μεταλυκειακής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (MIEEK) έχοντας συνολικά 176 σπουδαστές (158 αγόρια, 18 κορίτσια).
- Σύμφωνα με μελέτη της Eurostat για το εργατικό δυναμικό το 2012, η Κύπρος παρουσιάζει ποσοστό εργασίας ύψους 64,4% για ηλικίες 15-64. Ο τομέας παροχής υπηρεσιών απασχολεί το μεγαλύτερο μερίδιο του συνολικού εργατικού δυναμικού σε 48,0%ενώ ο τομέας της βιομηχανίας και της γεωργίας απασχολεί ποσοστό ύψους 20,2% και 2,9% αντίστοιχα. Επίσης η Κύπρος κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό εργασίας για γυναίκες στο τομέα των υπηρεσιών με ποσοστό 48,7%.

2.2.2 Πολιτικοί Παράγοντες

Οι αρμόδιοι της Βιβλιοθήκης καλούνται να εξετάσουν τις πολιτικές εξελίξεις γιατί επηρεάζουν άμεσα την λειτουργία της Βιβλιοθήκης. Η Βιβλιοθήκη αν είναι κατάλληλα προετοιμασμένη θα μπορεί να επηρεάζει τις πολιτικές αποφάσεις που την αφορούν.

- Οι έκρυθμες καταστάσεις σε παγκόσμιο επίπεδο είναι αποτρεπτικές για να στραφεί το ενδιαφέρον των αρμόδιων φορέων στις Βιβλιοθήκες και τους τρόπους ανάπτυξης τους.
- Οι μισθοί στην Κύπρο, στο δημόσιο τομέα έχουν μειωθεί κατά πολύ με αποτέλεσμα οι επαγγελματίες να αναζητούν εργασία σε άλλους τομείς με μεγαλύτερες απολαβές.
- Η παγκόσμια πολιτική αστάθεια είναι εμπόδιο για νέες επενδύσεις. Οι κυβερνητικοί παράγοντες δεν επενδύουν αρκετά στην επιμόρφωση του κοινού και κατά συνέπεια στις Βιβλιοθήκες.
- Οι Βιβλιοθήκες εξαρτώνται από το πολιτικό περιβάλλον που επικρατεί. Οι Βιβλιοθήκες λειτουργούν ανάλογα με τους κυβερνόντες και την άποψη τους γι' αυτές. Έτσι αν τις θεωρούν απαραίτητο πολιτιστικό στοιχείο της πόλης και αναγνωρίζουν ότι επιδρά στην επιμόρφωση του κοινού, τότε επενδύουν πάνω τους και τις προωθούν αν όχι τότε τις αγνοούν.
- Έλλειψη απαιτούμενης γνώσης από την τοπική αυτοδιοίκηση ώστε να συμβάλει θετικά στην αναβάθμιση των δημοτικών Βιβλιοθηκών. Η (καλή) πρόθεση δεν αρκεί, είναι αναγκαία συνθήκη αλλά όχι ικανή. Ίσως λόγω των πιεστικών προβλημάτων των Δήμων η ενασχόληση με τη ΔΒ να τίθεται σε χαμηλότερη προτεραιότητα (Τσιμπόγλου 2008).
- Η επικείμενη λύση του Κυπριακού αλλάζει το περιβάλλον της Βιβλιοθήκης, η οποία θα πρέπει να προετοιμαστεί και να προσαρμοστεί για την κάλυψη των πληροφοριακών αναγκών των Τουρκοκυπρίων.
- Απουσία καθοδήγησης και κεντρικής υποστήριξης των Δημοτικών Βιβλιοθηκών συμβάλλοντας έτσι στην περιθωριοποίησή τους.

- Οι ΔΒ της Κύπρου εξαρτώνται οικονομικά από το Δήμο στον οποίο υπάγονται και με μια μικρή ετήσια χορηγία από τις πολιτιστικές υπηρεσίες του Υπουργείου Παιδείας και πολιτισμού.

2.2.3 Οικονομικοί Παράγοντες

Η επιβίωση ενός οργανισμού όπως οι Βιβλιοθήκες εξαρτώνται από την οικονομική της κατάσταση και τους παράγοντες που την επηρεάζουν. Συνεπώς η οικονομική κατάσταση που επικρατεί, δεν μπορεί να αφήσει ανεπηρέαστη τη Βιβλιοθήκη. Οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης προτού πάρουν τις αποφάσεις τους πρέπει να ενημερώνονται για την οικονομική κατάσταση που επικρατεί σε τοπικό και διεθνές επίπεδο και να προετοιμάζουν ενέργειες για να μπορέσουν να επιβιώσουν.

- Ο πληθωρισμός τον Δεκέμβριο 2015 μειώθηκε με ρυθμό -0,6% σε σύγκριση με -1,5% το Νοέμβριο 2015. Αντίστοιχα, τον Δεκέμβριο 2014 ο ρυθμός πληθωρισμού ήταν -1,0%.
- Ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης το τρίτο τρίμηνο του 2015 είναι θετικός και υπολογίζεται σε 2,3% σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο του 2014. Μετά τη διόρθωση του ΑΕΠ ως προς τις εποχικές διακυμάνσεις και τις εργάσιμες μέρες, ο ρυθμός ανάπτυξης υπολογίζεται στο 2,2%. Θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης παρουσίασαν οι τομείς μεταποίηση, επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες, κατασκευές, λιανικό και χονδρικό εμπόριο, ξενοδοχεία και εστιατόρια, μεταφορές, διοικητικές και υποστηρικτικές δραστηριότητες και οι ενδιάμεσοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί. Αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης παρουσίασαν οι τομείς: τέχνες, διασκέδαση και ψυχαγωγία, δραστηριότητες νοικοκυριών ως εργοδοτών και ο τομέας άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών.
- Με βάση τα στοιχεία του Επαρχιακού γραφείου εργασίας, ο αριθμός των εγγεγραμμένων ανέργων στο τέλος του 2015, έφτασε τα 44.550 πρόσωπα. Με βάση τα διορθωμένα στοιχεία για τις εποχικές

διακυμάνσεις που δείχνουν τη τάση της ανεργίας, ο αριθμός των εγγεγραμμένων ανέργων το Δεκέμβριο 2015 μειώθηκε στα 42.361 πρόσωπα σε σύγκριση με 42.418 τον προηγούμενο μήνα. Σε σύγκριση με το Δεκέμβριο του 2014 σημειώθηκε 3.336 προσώπων ή 7,0% που αποδίδεται κυρίως στους τομείς των κατασκευών (μείωση 1.142 ανέργων), της δημόσιας διοίκησης (μείωση 915), της μεταποίησης (μείωση 651), του εμπορίου (μείωση 478), των χρηματοοικονομικών και ασφαλιστικών δραστηριοτήτων (μείωση 464) και της εκπαίδευσης (μείωση 202).

- Η οικονομική αναξιοπιστία που επικρατεί παγκόσμια οδήγησε τις Βιβλιοθήκες να ανακαλύψουν τρόπους ώστε να έχουν πόρους από μόνες τους και να μπορέσουν να λειτουργήσουν σωστά όπως χρέωση υπηρεσιών π.χ διαδανεισμού, πρόσβασης στις Βάσεις Δεδομένων εκτός του χώρου της Βιβλιοθήκης, επιβολή προστίμου για καθυστέρηση επιστροφής βιβλίων, ετήσια συνδρομή κάρτας μέλους της Βιβλιοθήκης.
- Η οικονομική αβεβαιότητα οδηγεί τους νέους να επενδύουν στη γνώση και στην περαιτέρω εκπαίδευση. Αποτέλεσμα αυτού είναι η χρησιμοποίηση των Βιβλιοθηκών για έρευνα και αναζήτηση πληροφοριών.
- Το μειωμένο κονδύλι που δίνεται από τους κυβερνητικούς φορείς έχει ως συνέπεια οι Βιβλιοθήκες να δυσκολεύονται ή να μην μπορούν να ανταποκριθούν οικονομικά. Αποτέλεσμα είναι η διακοπή πολλών ηλεκτρονικών πηγών όπως περιοδικά και Βάσεις Δεδομένων.
- Το εισόδημα στα Κυπριακά νοικοκυριά έχει μειωθεί με αποτέλεσμα να μην αγοράζουν βιβλία αλλά να χρησιμοποιούν τη Βιβλιοθήκη για δανεισμό και τις ηλεκτρονικές πηγές της για εντοπισμό πληροφοριών.
- Οι λειτουργίες της Βιβλιοθήκης επηρεάζονται από την οικονομική κατάσταση που επικρατεί όπως ακαθάριστο εγχώριο προϊόν, φόροι κτλ.

Παράλληλα οι δήμοι αποκόπτουν ποσά από τις Βιβλιοθήκες και επενδύουν σε άλλα έργα.

- Η έλλειψη πόρων συντέλεσε στη περικοπή των αγορών για την ανάπτυξη της συλλογής της Βιβλιοθήκης, στη στασιμότητα προσλήψεων, αγοράς τεχνολογικού εξοπλισμού και αγοράς κατάλληλων λογισμικών ή αναβάθμιση τους.

2.2.4 Κοινωνικοί – Πολιτιστικοί Παράγοντες

Οι κοινωνικο-πολιτιστικές δυνάμεις είναι αναπόσπαστο στοιχείο του τρόπου ζωής των ατόμων έτσι η μελέτη τους είναι αναγκαία από τους αρμόδιους για τη Βιβλιοθήκη. Επιπλέον σε κάθε δεδομένο χώρο και χρόνο υπαγορεύουν τι είναι σωστό και αποδεκτό για κάθε συγκεκριμένη περίπτωση και τι δεν είναι. Οι κοινωνικο-πολιτιστικές δυνάμεις υποδεικνύουν τις αξίες που διέπουν τα άτομα της κοινωνίας από τις οποίες όλα ξεκινούν και τελειώνουν. Αυτές οι δυνάμεις μεταβάλλονται διαχρονικά αφού σχετίζονται και με άλλους παράγοντες.

- Με βάση τα αποτελέσματα της Έρευνα Εισοδήματος και Συνθηκών διαβίωσης 2014, το ποσοστό κινδύνου φτώχιας ή κοινωνικού αποκλεισμού ανήλθε στα 27,4% του πληθυσμού. Συνεπώς, 27,4% του πληθυσμού κατά το 2014 βίωνε τουλάχιστον μια από τις ακόλουθες συνθήκες: ζούσε κάτω από το όριο της φτώχιας (14,4%) (εισοδηματική φτώχια), ζούσε σε νοικοκυριό με σοβαρή υλική στέρηση (15,3%) ή ζούσε σε νοικοκυριό με πολύ χαμηλό δείκτη έντασης εργασίας (9,7%). Κατά το 2008 το ποσοστό κινδύνου φτώχιας ή κοινωνικού αποκλεισμού ήταν 23,3% με τα επιμέρους αντίστοιχα ποσοστά να έχουν ως ακολούθως: 15,9%, 9,1% και 4,5%. Ακόμη το χρηματικό όριο της εισοδηματικής φτώχιας το 2014 μειώθηκε στα €8.640 σε σύγκριση με €9.614 που ήταν το 2008.
- Η αύξηση των μεταναστών έχει ως αποτέλεσμα τις διαφορετικές κουλτούρες και αναγνωστικές ανάγκες. Η Βιβλιοθήκη καλείται να

ενημερωθεί για τους πολιτισμούς που υπάρχουν στο δήμο της και να τους διοχετεύσει με κατάλληλο πληροφορικό υλικό.

- Οι ΔΒ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιθυμία των πολιτών για δια βίου μάθηση, προώθηση της ανάγνωσης και παροχή πληροφόρησης για μελλοντικές σπουδές και επιλογή επαγγέλματος
- Η πολιτιστική ανάπτυξη που παρέχουν οι ΔΒ συμβάλλει στην οικονομικό-κοινωνική ανάπτυξη μιας κοινωνίας σύμφωνα με διάφορους επιστήμονες
α) έμμεσα, στη βελτίωση επιπέδου του εργατικού δυναμικού, με αποτέλεσμα την ποιοτική και ποσοτική παραγωγικότητα, την επικοινωνία, τη κριτική σκέψη, τη δημιουργικότητα, καινοτομία και κοινωνική ένταξη, β) άμεσα, με τη συγκέντρωση της καλλιτεχνικής παραγωγής που δημιουργεί θέσεις απασχόλησης, ανεβάζει το κύρος της περιφέρειας, προσελκύει τουρισμό, γ) έμμεσα, με την επιβεβαίωση της αξίας του πολιτισμού των πολιτών και της ταυτότητας των παραδόσεων τους, συμβάλλοντας έτσι στη κοινωνική συνοχή, δ) άμεσα με τη φήμη και το κύρος που παίρνει η περιοχή προσελκύει εξωτερικές επενδύσεις και πολυτάλαντο προσωπικό, ε) με την άνοδο ποιότητας ζωής που συνδέεται με τη δημιουργία τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας (Κατσιρίκου 2007).
- Η ΔΒ μπορεί να συμβάλει στην ικανοποίηση των αναγκών των πολιτών μέσα από την λειτουργία της ως υπηρεσία πληροφόρησης, πολιτιστικό κέντρο, κέντρο επικοινωνίας, εκπαιδευτικό κέντρο και ως ερευνητικό κέντρο για την τοπική ιστορία και τον πολιτισμό της πόλης.
- Ρόλος της Βιβλιοθήκης πρέπει να είναι η αντιμετώπιση του κοινωνικού αποκλεισμού όπως είναι η ανεργία, το χαμηλό εισόδημα, χαμηλής ποιότητας εργασία, έλλειψη προσόντων, πρόωρη εγκατάλειψη σχολείου, κάθε είδους αναπηρία κτλ. (Τσάφου, Κυριακοπούλου & Πολίτης 2012)
- Οι Βιβλιοθήκες αποτελούν την παρακαταθήκη για το μέλλον και την εξέλιξη του πολιτισμού καθώς αποτελούν τους φορείς που

συγκεντρώνουν, επεξεργάζονται, διατηρούν και εξασφαλίζουν πρόσβαση στη πολιτιστική κληρονομιά.

- Οι ΔΒ οδηγούν σε συναντήσεις των μελών της κοινότητας, τις δημιουργικές εκφράσεις των τοπικών κοινωνιών, τη ψυχαγωγία μέσα από την ανάληψη πολιτιστικών δραστηριοτήτων και την ελεύθερη πρόσβαση στις υπηρεσίες πληροφόρησης (Κυριακοπούλου 2009).
- Μέσω της Βιβλιοθήκης επιδιώκεται η εξάλειψη των διακρίσεων και του κοινωνικού αποκλεισμού των ευαίσθητων και ευπαθών ομάδων που υπάρχουν στις τοπικές κοινωνίες.

2.2.5 Τεχνολογικοί Παράγοντες

Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας επηρεάζει και τις Βιβλιοθήκες. Η Βιβλιοθήκη θα πρέπει να είναι ενήμερη για τις τεχνολογικές εξελίξεις και να τις ενσωματώνει στις υπηρεσίες της. Οργανισμοί που παρεκκλίνουν από τη τεχνολογία διαπιστώνουν ότι οι υπηρεσίες τους θεωρούνται ξεπερασμένες. Το τεχνολογικό περιβάλλον είναι ίσως η πιο θεαματική δύναμη η οποία τώρα διαμορφώνει το πεπρωμένο μας (Kotler et al. 1999). Μια σύγχρονη Βιβλιοθήκη πρέπει να συμβαδίζει με τις τεχνολογικές εξελίξεις. Οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης πρέπει να είναι ενήμεροι για τα νέα τεχνολογικά επιτεύγματα που αφορούν τις Βιβλιοθήκες και να προετοιμάζονται κατάλληλα να τα εφαρμόσουν στις υπηρεσίες τους. Παρατηρώντας τις τεχνολογικές εφευρέσεις συνειδητοποιούμε ότι ένα μεγάλο μέρος των τεχνολογικών επιτευγμάτων βρίσκει εφαρμογή στις Βιβλιοθήκες (Κατσιρίκου 2001). Κάθε νέα τεχνολογία αποτελεί δύναμη «δημιουργικής καταστροφής». Υπάρχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να καταρρεύσει η εταιρεία λόγω μιας νέας τεχνολογίας παρά λόγω των ανταγωνιστών (Kotler 2003).

- Η επικοινωνία με τους χρήστες μέσω των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης είναι η σύγχρονη μορφή επικοινωνίας και ανατροφοδότησης. Η Βιβλιοθήκη ενημερώνει τους χρήστες της για ότι την αφορά ενώ

ταυτόχρονα ενημερώνεται και η ίδια για τις ανάγκες και την άποψη των χρηστών της.

- Η μηχανογράφηση του υλικού είναι απαραίτητη για μια σύγχρονη ΔΒ. Ο χρήστης ανά πάσα στιγμή θα πρέπει να γνωρίζει αν το πληροφοριακό υλικό που τον ενδιαφέρει υπάρχει στη συλλογή της Βιβλιοθήκης και αν είναι διαθέσιμο.
- Τα τελευταία χρόνια υπάρχει τάση χρησιμοποίησης ηλεκτρονικών πηγών πληροφόρησης. Οι Βάσεις Δεδομένων, τα ηλεκτρονικά περιοδικά και βιβλία και η άντληση πληροφοριών μέσω μηχανών αναζήτησης είναι η σύγχρονη μορφή πληροφόρησης από ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών.
- Η ανάπτυξη της τεχνολογίας παρέχει εξοπλισμό στις Βιβλιοθήκες, όπου δίνεται η δυνατότητα πρόσβασης στις πληροφορίες σε ευαίσθητες ομάδες ατόμων όπως άτομα με προβλήματα όρασης ή κινητικότητας.
- Η ψηφιοποίηση υλικού συμβάλλει στην εύκολη και ταυτόχρονη αναζήτηση, πρόσβαση και ανάκτηση από πολλούς χρήστες της Βιβλιοθήκης στις πληροφορίες.
- Η τηλεεκπαίδευση επιτρέπει στις Βιβλιοθήκες την εκπαίδευση των χρηστών μέσω ειδικών πλατφόρμων όπου σε καθορισμένη μέρα και ώρα ο υπεύθυνος της Βιβλιοθήκης με ανάρτηση παρουσιάσεων δείχνει πώς να τη χρησιμοποιούν. Ταυτόχρονα υπάρχει η δυνατότητα οπτικής και γραπτής συνομιλίας.
- Ύπαρξη ψηφιακών υπηρεσιών που δίνουν τη δυνατότητα στις Βιβλιοθήκες να δανείζουν για ένα περιορισμένο χρονικό διάστημα ψηφιακούς τίτλους όπως e-books, e-audios, e-papers και e-videos «κατεβάζοντας» τους μέσω μιας ψηφιακής Βιβλιοθήκης. Μετά το τέλος της προθεσμίας το αρχείο παύει να είναι προσβάσιμο.
- Υπηρεσία «Ρωτήστε το βιβλιοθηκονόμο» όπου ο βιβλιοθηκονόμος συνομιλεί διαδικτυακά με το χρήστη στην οποία ο δεύτερος υποβάλλει τις ερωτήσεις του λαμβάνοντας άμεση απάντηση.

- Τα μηχανήματα αυτοεξυπηρέτησης επιτρέπουν στο χρήστη να δανείζεται και να επιστρέφει τα βιβλία χωρίς την εμπλοκή του προσωπικού της Βιβλιοθήκης κάνοντας τις διαδικασίες γρήγορες και εύκολες για τον χρήστη.

2.2.6 Νομικοί Παράγοντες

Οι νομοθεσίες και οι κυβερνητικοί περιορισμοί δεν αφήνουν ανεπηρέαστη τη Βιβλιοθήκη και τις λειτουργίες της. Η μετάβαση από την αναλογική στη ψηφιακή εποχή έχει επηρεάσει τόσο τη νομοθεσία για τα πνευματικά δικαιώματα όσο και τις δραστηριότητες της Βιβλιοθήκης. Οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης πρέπει να γνωρίζουν την νομοθεσία τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο και να εφαρμόζουν τους κανονισμούς. Κατά συνέπεια πρέπει να παρακολουθούν ανελλιπώς τη νομοθεσία γιατί αλλάζει συνεχώς.

- Η παγιοποίηση θέσεων για πρόσληψη στη δημόσια υπηρεσία έχει ως αποτέλεσμα οι Βιβλιοθήκες να υπολειπονται αφού δεν έχουν επαρκή προσωπικό ή με λιγότερα χρήματα εργοδοτούν μη εκπαιδευμένο και καταρτισμένο προσωπικό.
- Η νομοθεσία για τα πνευματικά δικαιώματα προσφέρει στον κάτοχο του δημιουργήματος κάποια δικαιώματα όπως η απαγόρευση αναπαραγωγής, επεξεργασίας, διανομής, εκτέλεση και προβολή του έργου
- Στη ψηφιακή πληροφόρηση ανοικτής πρόσβασης ο δημιουργός μπορεί να επιλέξει το νομικό πλαίσιο κάτω από το οποίο θα δημοσιευτεί η έρευνα του και θα δώσει ευελιξία στη χρήση του. Για την εξυπηρέτηση αυτού του σκοπού υπάρχουν συγκεκριμένες άδειες που υποδεικνύουν με ποιο τρόπο μπορεί να χρησιμοποιηθεί το ψηφιακό αρχείο (Κατσαρού 2006).

- Τα τελευταία χρόνια έχουν δημιουργηθεί ιδρυματικά αποθετήρια τα οποία παρέχουν πρόσβαση σε περιεχόμενο θεσμικά καθορισμένο και επιστημονικό, ελεύθερα και χωρίς οικονομικούς ή νομικούς φραγμούς.
- Τα πνευματικά δικαιώματα των ψηφιοποιημένων έργων, ακόμα και των ορφανών έργων δεν έχει ξεκαθαρίσει εντελώς. Απαιτείται σε κάθε στάδιο η διαχείριση των πνευματικών δικαιωμάτων των δημιουργών αλλά και των εκδοτών.
- Η Βιβλιοθήκη έχει την ευθύνη να ενημερώνει τους χρήστες της για την λογοκλοπή και να τους υποδεικνύει τους τρόπους δημιουργίας βιβλιογραφικών αναφορών ώστε να φαίνονται ξεκάθαρα οι κάτοχοι των πνευματικών δικαιωμάτων. Επίσης ο αριθμός των σελίδων που επιθυμεί να φωτοτυπήσει ο χρήστης εναπόκειται στα πνευματικά δικαιώματα του δημιουργού.

2.2.7 Περιβαλλοντικοί Παράγοντες

Η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος δεν θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστη τη Βιβλιοθήκη. Άλλωστε είναι ένα ζήτημα το οποίο έχει επηρεάσει τα τελευταία χρόνια τον τρόπο λειτουργίας των Βιβλιοθηκών. Είναι υποχρέωση της Βιβλιοθήκης να συμβάλει στην ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Οι ιθύνοντες των Βιβλιοθηκών ασχολούνται όλο και περισσότερο για εξεύρεση τρόπων στη συμβολή τους για μείωση των ρύπων.

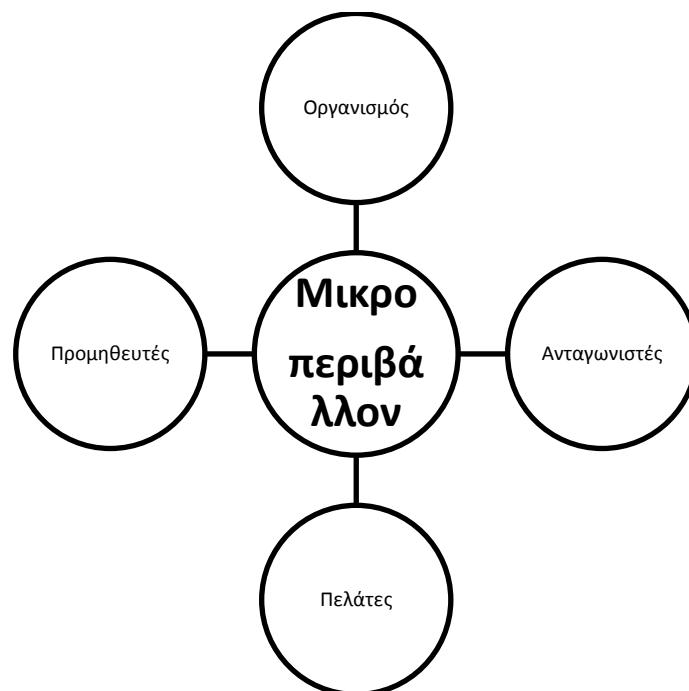
- Η Βιβλιοθήκη πρέπει να έχει περιβαλλοντική συνείδηση. Έτσι θα πρέπει να συμβάλει στην ανακύκλωση χαρτιού και μελανιού. Η συμβολή της δεν θα αφορά μόνο τον επηρεασμό του προσωπικού της αλλά και των χρηστών της. Στους χώρους της Βιβλιοθήκης, σε σημεία εύκολα αντιληπτά πρέπει να υπάρχουν κάδοι ανακύκλωσης.
- Προτίμηση ηλεκτρονικής επικοινωνίας μεταξύ του προσωπικού της Βιβλιοθήκης, με τους χρήστες ή με άλλους φορείς έναντι της γραπτής

επιστολής για εξοικονόμηση χαρτιού. Επίσης επαναχρησιμοποίηση χαρτιού για πρόχειρες εκτυπώσεις και φωτοτυπίες σε διπλή όψη.

- Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται η επιλογή αγοράς υλικού όπως βιβλία, περιοδικά σε ηλεκτρονική μορφή έναντι της παραδοσιακής έντυπης μορφής.
- Προσπάθεια χρησιμοποίησης από Βιβλιοθήκες ηλεκτρονικής αρχειοθέτησης και διαχείρισης εγγράφων. Με αυτό τον τρόπο τα φυσικά έγγραφα αντικαθίστανται από τα ηλεκτρονικά.

2.3 Μικροπεριβάλλον

Οι δυνάμεις του μικροπεριβάλλοντος επηρεάζουν την λειτουργία της Βιβλιοθήκης γι' αυτό πρέπει να ελέγχονται σε μεγάλο βαθμό. Οι δυνάμεις του μικροπεριβάλλοντος είναι: ο οργανισμός, προμηθευτές, πελάτες και ανταγωνιστές. Κάθε δύναμη ξεχωριστά, έχει αντίκτυπο στην Βιβλιοθήκη και πρέπει να εξετάζεται προσεκτικά.



2.3.1 Οργανισμός

Μια Βιβλιοθήκη πρέπει να διαθέτει ομάδες που θα αναλάβουν συγκεκριμένα καθήκοντα και θα συντονίζονται μεταξύ τους ώστε να φέρουν εις πέρας τους στόχους που έχουν τεθεί. Το λογιστήριο, το γραφείο παραγγελιών και παραλαβής υλικού, το τμήμα εξυπηρέτησης, το τμήμα καταλογογράφησης και το τμήμα τεχνολογικής υποστήριξης είναι απαραίτητα για να λειτουργήσει σωστά η Βιβλιοθήκη. Αυτά τα τμήματα σχηματίζουν μια αλυσίδα ανάμεσα τους, όπου κάθε μέλος της πρέπει να είναι αντάξιο της εργασίας του. Αν ένα τμήμα υστερεί τότε η Βιβλιοθήκη σταματά την ομαλή λειτουργία της. Η επιτυχία της επιχείρησης δεν εξαρτάται μόνο από το πόσο καλά επιτελεί το έργο του το κάθε τμήμα, αλλά και από το πόσο καλά είναι συντονισμένες οι ενέργειες των διαφόρων τμημάτων (Kotler et al. 1999). Στη ΔΒΠ, υπάρχει ένα μόνο άτομο που είναι υπεύθυνο για όλες τις υπηρεσίες. Το συγκεκριμένο άτομο είναι υπεύθυνο για τον πάγκο δανεισμού, βιβλιογραφική υποστήριξη, παραγγελίες, παραλαβές υλικού και καταλογογράφηση. Σύμφωνα με αυτά, η Βιβλιοθήκη δεν είναι δυνατόν να λειτουργήσει σωστά με αυτές τις συνθήκες.

Οι ΔΒ υπάγονται στο Δήμο. Σε περίπτωση αιτήματος, ο/η διευθυντής/ντρια πρέπει να αποστείλει στο Δήμαρχο επιστολή μέσω του Δημοτικού Γραμματέα. Στη συνέχεια ο Δήμαρχος ανάλογα με το αίτημα θα δώσει οδηγίες για άμεση εκτέλεση ή θα παραπέμψει το αίτημα στην αρμόδια επιτροπή π.χ αν είναι θέμα οικονομικής φύσεως τότε θα αποσταλεί στην διαχειριστική επιτροπή. Την απόφαση της επιτροπής πρέπει να την επικυρώσει το ΔΣ.

Σύμφωνα με τα οικονομικά στοιχεία για την επαναδραστηριοποίηση της ΔΒΠ οι αρμόδιοι συμφώνησαν με τη ΚΕΒΕΠ να διαθέτει το ποσό των 46.500 και αφορούσε τον μισθό των συνεργατών της ΚΕΒΕΠ που προσελήφθησαν για να φέρουν εις πέρας το έργο. Συγκεκριμένα ο μισθός των 2 ατόμων με πλήρη απασχόληση ανερχόταν στα 1500€ ενώ των ατόμων με μερική απασχόληση στα 10€ ανά ώρα εργασίας.

Όλα τα έξοδα που αφορούν τον εξοπλισμό (ηλεκτρονικοί υπολογιστές, αντικλεπτικό σύστημα, βιβλιόσπιτα), τα έργα υποδομής (π.χ δικτύωση) καθώς

και άλλα έξοδα (π.χ. λειτουργικά έξοδα, έξοδα μεταφοράς βιβλίων, εκδηλώσεων κλπ.) θα επιβαρύνουν αποκλειστικά το ΔΠ. Το λογισμικό και η εγκατάσταση του παραχωρήθηκαν δωρεάν από το ΤΕΠΑΚ στα πλαίσια κοινοπραξίας.

2.3.2 Διαδικασία αγοράς βιβλίων- Προμηθευτές

Η προμήθεια υλικού είναι από τις σημαντικότερες εργασίες της Βιβλιοθήκης. Σύμφωνα με τη νομοθεσία για τους δημόσιους οργανισμούς μέχρι το ποσό των 2000€ ο οργανισμός μπορεί να αγοράσει χωρίς προκήρυξη, από 2000€ μέχρι 15000€ μπορεί να προεπιλέξει συγκεκριμένους εκδότες ενώ από 15.000€ και πάνω υποχρεούνται προκήρυξη δημοσίου διαγωνισμού προσφορών. Ο υπεύθυνος της Βιβλιοθήκης μπορεί όμως να προκηρύξει δημόσιο διαγωνισμό προσφορών ανεξαρτήτου ποσού.

Η διαδικασία που ακολουθείτε για το διαγωνισμό προσφορών είναι η ετοιμασία καταλόγου από βιβλία που θέλει να αγοράσει η Βιβλιοθήκη. Ακολουθώντας στέλνεται στο δήμο ο κατάλογος μαζί με έκθεση όπου ζητείται από τον δήμαρχο δια μέσου του δημοτικού γραμματέα έγκριση για την αγορά. Αφού εγκριθεί η αγορά τότε δημοσιεύεται η προσφορά στον ημερήσιο τύπο ορίζοντας συγκεκριμένη ημερομηνία και ώρα που δικαιούνται να υποβάλουν την προσφορά. Προσφορά μπορεί να υποβάλει όποιος θέλει. Συνήθως τα βιβλιοπωλεία ανταποκρίνονται στο διαγωνισμό αφού έχουν τις εκδόσεις που ζητά η Βιβλιοθήκη ενώ οι εκδοτικοί οίκοι μόνο όσα εκδίδουν. Ειδικά στην Κύπρο οι εκδοτικοί οίκοι είναι λιγοστοί με ελάχιστα βιβλία να εκδίδουν το χρόνο, τα οποία ίσως να μην είναι στον κατάλογο της Βιβλιοθήκης για αγορά. Γι' αυτό το λόγο οι Βιβλιοθήκες δεν απευθύνονται απ' ευθείας στους εκδοτικούς οίκους. Επίσης, οι Κύπριοι συγγραφείς συνήθως αποστέλλουν τα βιβλία τους στις Βιβλιοθήκες και ο υπεύθυνος αποφασίζει αν θα αγοραστούν ή όχι.

Με το πέρας του χρονοδιαγράμματος η επιτροπή προσφορών και ο υπεύθυνος της Βιβλιοθήκης ανοίγουν το κουτί των προσφορών, τις σφραγίζουν και τις υπογράφουν ως απόδειξη παραλαβής. Έπειτα αφού τις μελετήσει ο υπεύθυνος της Βιβλιοθήκης επιλέγει τις πιο συμφέρουσες τιμές και όσες πληρούν τις

προδιαγραφές. Ακολούθως ο υπεύθυνος της Βιβλιοθήκης στέλνει επιστολή στο δήμαρχο με εισήγηση του σε ποιους να κατοχυρωθεί η προσφορά των βιβλίων. Μετά την έγκριση από τον δήμαρχο αποστέλλεται στους προμηθευτές πόσα βιβλία, ποια και μέχρι πότε να σταλούν στη Βιβλιοθήκη.

Η δημιουργία εμπιστοσύνης και η σωστή διαχείριση των προμηθευτών είναι απαραίτητη για την ομαλή λειτουργία της Βιβλιοθήκης. Παράλληλα οι όροι παράδοσης του υλικού πρέπει να τηρούνται αυστηρώς όπως η προσυμφωνηθείσα τιμή, ο χρόνος παράδοσης και τόπος. Γι' αυτό το λόγο το αρμόδιο άτομο που θα επικοινωνεί με τους προμηθευτές πρέπει να επιλεγεί προσεκτικά ώστε να είναι ικανό για τέτοια ευθύνη. Σε περίπτωση που η Βιβλιοθήκη δεν μείνει ικανοποιημένη από τον προμηθευτή, μπορεί ανά πάσα στιγμή να ακυρώσει την συμφωνία και φυσικά να μην τον επιλέξει ξανά. Κάθε απόφαση όμως από πλευράς της Βιβλιοθήκης πρέπει να δικαιολογείται όπως γιατί επέλεξε τον συγκεκριμένο προμηθευτή ή γιατί ακύρωσε την συμφωνία.

Η πληρωμή του προμηθευτή γίνεται με το πέρας της παράδοσης. Οι αρμόδιοι εξετάζουν αν έχουν παραλάβει όσα παραγγέλθηκαν. Σε περίπτωση που δεν παρελήφθησαν όλα, τότε αποκόπτονται από τις απολαβές του προμηθευτή.

Ο αριθμός των προμηθευτών είναι σημαντικός στην διαπραγματευτική δύναμη της Βιβλιοθήκης. Όσο περισσότεροι είναι οι προμηθευτές τόσο μεγαλύτερη είναι δύναμη της Βιβλιοθήκης. Στην περίπτωση όμως που ο προμηθευτής είναι ο μοναδικός που διαθέτει κάποιο τεκμήριο, τότε ισχυροποιείται και το κόστος για την απόκτηση του τεκμηρίου αυξάνεται.

2.3.3 Χρήστες

Οι ανάγκες των χρηστών καθώς και το προφίλ τους έχουν αλλάξει και βρίσκονται σε θέση να κρίνουν την ποιότητα των συλλογών και των υπηρεσιών που προσφέρει η Βιβλιοθήκη (Βαρδακώστα 2008). Οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης όταν λαμβάνουν αποφάσεις πρέπει να έχουν ως στόχο την ικανοποίηση των χρηστών. Οι προτιμήσεις των χρηστών επηρεάζουν σε μεγάλο

βαθμό τις λειτουργίες της Βιβλιοθήκης. Η ποιότητα, η τιμή και ο χρόνος είναι οι βασικοί παράγοντες για την ικανοποίηση των χρηστών. Σε περίπτωση που η Βιβλιοθήκη δεν μπορεί να προσφέρει κάποιο από αυτά τότε κινδυνεύει να αποτύχει. Οι προσδοκίες του χρήστη έχουν άμεση σχέση με την προσωπική του φιλοσοφία και άποψη περί παροχής υπηρεσιών, με τις προσωπικές του ανάγκες, με τις ανεκπλήρωτες υποσχέσεις της Βιβλιοθήκης και τη φήμη της (Σίτας, Νικητάκης 1999).

Τέλος Ιανουαρίου, έχοντας ήδη 2 μήνες λειτουργίας οι χρήστες της Βιβλιοθήκης ήταν συνολικά 156 από τους οποίους οι 25 ήταν μαθητές και συγκεκριμένα 11 αγόρια και 14 κορίτσια. Επίσης μέλος της Βιβλιοθήκης έγινε η ΔΒ Λεμεσού. Από το προσωπικό του ΔΠ μέλη ήταν 3 άντρες και 7 γυναίκες. Τα υπόλοιπα 120 μέλη της Βιβλιοθήκης ήταν κηδεμόνες δηλαδή η εγγραφή έγινε στο όνομα του γονέα αλλά μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης και τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας. Συγκεκριμένα κηδεμόνες μέλη ήταν 59 άντρες και 61 γυναίκες. Επίσης, η πλειοψηφία των μελών της Βιβλιοθήκης είναι ανώτατης εκπαίδευσης, με τα περισσότερα μέλη να είναι στον τομέα της εκπαίδευσης. Υπόλοιπα μέλη της Βιβλιοθήκης ανήκουν στον ιδιωτικό τομέα, 2 νοικοκυρές και 4 συνταξιούχους από τους 2 να προέρχονται από τον τομέα της εκπαίδευσης.

2.3.4 Ανταγωνιστές

Σύμφωνα με τη φιλοσοφία του μάρκετινγκ για να είναι πετυχημένη η εταιρεία πρέπει να προσφέρει υψηλότερη αξία και ικανοποίηση στον πελάτη από αυτήν των ανταγωνιστών. Άρα η Βιβλιοθήκη πρέπει να ενεργεί προσαρμόζοντας τις υπηρεσίες της στις ανάγκες των χρηστών της.

Κυριότερος ανταγωνιστής της Βιβλιοθήκης τα τελευταία χρόνια είναι το διαδίκτυο και ο τεράστιος όγκος πληροφοριών που προσφέρει.

Για παράδειγμα οι μηχανές αναζήτησης όπως το Google δίνει τη δυνατότητα αναζήτησης βιβλίων πλήρους κειμένου και άρθρων περιοδικών, καθιστώντας

την ως μια «παγκόσμια ψηφιακή Βιβλιοθήκη» (Ζαφειρίου, Σιατρή & Γαρουφάλλου 2008). Με την πάροδο του χρόνου ολοένα και περισσότεροι χρησιμοποιούν τη μηχανή αναζήτησης για πληροφορίες. Παράλληλα ποικίλες ιστοσελίδες που υπάρχουν στο διαδίκτυο και διαπραγματεύονται συγκεκριμένα θέματα δίνουν στο χρήστη άμεσα την πληροφορία που χρειάζεται. Η ταχύτητα κυκλοφορίας νέων πληροφοριών με την εφαρμογή εξελιγμένων τρόπων αναζήτησης και πρόσβασης τους, έχουν δημιουργήσει στους χρήστες μεγάλες προσδοκίες και πολλές φορές θεωρούν ότι οι πληροφορίες που βρίσκουν ηλεκτρονικά είναι πιο αξιόπιστες και επίκαιρες από αυτές που θα έβρισκαν στα έντυπα μέσα (Κώνστα, Μαμμά 2005).

Το επάγγελμα του βιβλιοθηκονόμου πέρασε μια περίοδο σύγχυσης όταν εμφανίστηκε το διαδίκτυο και οι μηχανές αναζήτησης. Το διαδίκτυο όσο καλά οργανωμένο και να είναι δεν μπορεί να υποκαταστήσει τις Βιβλιοθήκες. Έρευνες για τη συμπεριφορά των ερευνών στο διαδίκτυο έδειξαν ότι οι χρήστες συνήθως ψάχνουν για πολύ συγκεκριμένες πληροφορίες στις οποίες πολύ δύσκολα μπορεί να ανακτήσουν ψάχνοντας τυχαία μέσω μηχανών αναζήτησης (Σδρόλια 2009). Σύμφωνα με τη Μαρία Ευθυμίου (2014) η τεχνολογία δεν είναι εχθρός των Βιβλιοθηκών αλλά σύμμαχος της γνώσης. Δεν ήρθε να αντικαταστήσει το χαρτί, αλλά να μεταφέρει τη γνώση που είναι αποτυπωμένη στο χαρτί σε ακόμη περισσότερα άτομα, σε ακόμη πιο απόμακρα μέρη.

Πέραν αυτών η ανάπτυξη των Βιβλιοθηκών των Ακαδημαϊκών Ιδρυμάτων έχουν «κλέψει» από την δυναμική των ΔΒ. Οι Πανεπιστημιακές Βιβλιοθήκες έχουν καταστεί τα τελευταία χρόνια κέντρα εξυπηρέτησης και πληροφοριών όχι μόνο των φοιτητών αλλά και των πολιτών των δήμων που φιλοξενούνται. Για παράδειγμα η ΒΠΚ δεν περιορίζεται μόνο τους φοιτητές και το προσωπικό του πανεπιστημίου, αλλά και στην προσέλκυση εξωτερικών μελών με στόχο τη δημιουργία της απαραίτητης πληροφοριακής υποδομής στην ευρύτερη τοπική κοινωνία. Οι συλλογές που διαθέτουν οι Ακαδημαϊκές Βιβλιοθήκες, πλέον είναι ισάξιες των δημοτικών καθώς και ο εξοπλισμός τους είναι πιο σύγχρονος και λειτουργικός. Ταυτόχρονα η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού στις ΔΒ

δυσχεραίνει περισσότερο την εύρυθμη λειτουργία τους σε αντίθεση με τις Ακαδημαϊκές Βιβλιοθήκες που απαρτίζονται από εξειδικευμένο προσωπικό και έμπειρο.

2.4 Απόψεις χρηστών και ενδιαφερομένων μερών

Στο Παράρτημα Α παρατίθεται έρευνα όπου εκφράζουν την άποψη τους χρήστες, το ΔΣ της ΚΕΒΕΠ, εργαζόμενοι του ΔΠ, η εργαζόμενη στη ΔΒΠ, οι συνεργάτες της ΚΕΒΕΠ, εκπαιδευτικοί και εκπαιδευτικοί ειδικού σχολείου. Σύμφωνα με έρευνα προκύπτει ότι το έργο για την επαναλειτουργία της ΔΒΠ στέφθηκε με επιτυχία. Η Βιβλιοθήκη άνοιξε ξανά τις πόρτες της στους πολίτες οι οποίοι με ενθουσιασμό την αγκάλιασαν. Πέραν αυτού όμως οι χρήστες είναι κάπως απογοητευμένοι με το υλικό της Βιβλιοθήκης αφού δεν υπάρχουν σύγχρονες εκδόσεις ούτε υπηρεσίες που υπάρχουν σε άλλες Βιβλιοθήκες όπως Βάσεις Δεδομένων και πολυμέσα. Η πλειοψηφία των χρηστών ενδιαφέρεται για λογοτεχνία και μυθιστορήματα όμως δεν υπάρχουν πρόσφατες εκδόσεις γεγονός που δυσχεραίνει την πλειοψηφία των χρηστών. Παράλληλα το παιδικό τμήμα αν και εντυπωσιακό, χρειάζεται και αυτό νέο υλικό. Πέραν της συλλογής το κτίριο της Βιβλιοθήκης θεωρείται μικρό για να στεγάσει όλες τις κατηγορίες υλικού που έχουν ανάγκη οι πολίτες της Πάφου. Επίσης ο μικρός χώρος της Βιβλιοθήκης δεν μπορεί να προσφέρει τον τεχνολογικό εξοπλισμό που χρειάζεται μια σύγχρονη Βιβλιοθήκη. Ακόμη, σύμφωνα με την έρευνα, η ΔΒΠ χρειάζεται τμήμα μάρκετινγκ ώστε να προσδιοριστούν οι ανάγκες του κοινού και να ενεργηθούν διάφορες δράσεις για προσέλκυση του κοινού. Αναγκαία είναι επίσης η πρόσληψη πτυχιούχου προσωπικού με ικανότητες και όραμα για τη Βιβλιοθήκη.

2.5 Ανάλυση SWOT

Η ανάλυση SWOT περιλαμβάνει την εξέταση του Εσωτερικού Περιβάλλοντος (Ισχυρά σημεία, Ασθενή σημεία) και του Εξωτερικού Περιβάλλοντος (Ευκαιρίες, Απειλές).

Σύμφωνα με αυτή την ανάλυση, οι διοικούντες μπορούν να έχουν μια γενική εικόνα για ζητήματα που πιθανόν να απασχολήσουν τον οργανισμό και να καθορίσουν την στρατηγική μάρκετινγκ.

2.5.1 Εσωτερικό περιβάλλον

Η Βιβλιοθήκη πρέπει να έχει την ικανότητα να αξιολογεί τις δυνάμεις και τις αδυναμίες της. Εντούτοις δεν είναι απαραίτητο να διορθώσει όλες τις αδυναμίες της, ούτε να θριαμβολογεί για τις δυνάμεις της αλλά να αναρωτηθεί αν θα περιοριστεί στις ευκαιρίες τις οποίες διαθέτει τις δυνάμεις ή να εξετάσει ευκαιρίες για να αναπτύξει δυνάμεις.

2.5.1.1 Ισχυρά σημεία (Strengths)

- Η ΔΒΠ διαθέτει σπάνιο υλικό που αφορά κυρίως την ιστορία της Πάφου.
- Είναι η μοναδική ΔΒ που υπάρχει στη Πάφο με απώτερο σκοπό την εξυπηρέτηση όλων των δημοτών σε όποιο σημείο της Πάφου κι αν βρίσκονται.
- Η ΔΒΠ όπως και οι υπόλοιπες ΔΒ διαθέτουν ισχυρό όνομα στην πόλη που φιλοξενούνται με αποτέλεσμα οι πολίτες να τις εμπιστεύονται και να απευθύνονται σε αυτές για ψυχαγωγία και ενημέρωση.
- Η τοποθεσία της Βιβλιοθήκης επιτρέπει την εύκολη πρόσβαση των χρηστών

2.5.1.2 Ασθενή σημεία (Weakness)

- Η οικονομική κατάσταση που επικρατεί στη Κύπρο και κατ' επέκταση στο ΔΠ δεν επιτρέπει την οικονομική ενίσχυση της Βιβλιοθήκης για αγορά εξοπλισμού και ανάπτυξη της συλλογής.
- Η Βιβλιοθήκη δεν διαθέτει άτομα αρμόδια να αναλάβουν το τμήμα μάρκετινγκ ώστε να ευαισθητοποιήσει και να προσελκύσει το κοινό.
- Το μόνιμο προσωπικό και ειδικά εξειδικευμένο στη βιβλιοθηκονομία και επιστήμη της πληροφόρησης είναι ανύπαρκτο.
- Λόγω του μεγάλου χρονικού διαστήματος που παρέμεινε εκτός λειτουργίας η Βιβλιοθήκη σταμάτησε να ανανεώνει τη συλλογή της με αποτέλεσμα να διαθέτει τώρα υλικό απαρχαιωμένο και σε κακή κατάσταση.
- Έλλειψη δικτύου συνεργασίας ΔΒ Κύπρου
- Η σημαντική αργοπορία στην ανάπτυξη της ΔΒΠ έχει οδηγήσει στην περιθωριοποίηση της από τους χρήστες αλλά και τη βιβλιοθηκονομική κοινότητα.

2.5.2 Εξωτερικό περιβάλλον

Το Εξωτερικό περιβάλλον της Βιβλιοθήκης πρέπει να ερευνάται για να εντοπιστούν οι ευκαιρίες που παρουσιάζονται αλλά και οι απειλές με τις οποίες τυχόν να βρεθεί αντιμέτωπη η Βιβλιοθήκη. Ένα καλό τμήμα μάρκετινγκ πρέπει να είναι ικανό να αναγνωρίζει και να εκμεταλλεύεται τις ευκαιρίες. Ταυτόχρονα οι ιθύνοντες της Βιβλιοθήκης πρέπει να παρακολουθούν τις απειλές καταρτίζοντας σχέδιο έκτακτων περιστατικών και τις ενέργειες που θα ακολουθήσει η Βιβλιοθήκη.

2.5.2.1 Ευκαιρίες (Opportunities)

- Η Βιβλιοθήκη μπορεί να επωφεληθεί από την ανάληψη της πόλης ως Πολιτιστική πρωτεύουσα 2017, στρέφοντας το ενδιαφέρον των κυβερνόντων του ΔΠ στην επαναλειτουργία και ανάπτυξη της.
- Η επί ετών απουσία της ΔΒΠ συνέβαλε στην έντονη επιθυμία των πολιτών για μια σύγχρονη και ανανεωμένη Βιβλιοθήκη. Επ' ευκαιρίας οι πολίτες έχουν τη δύναμη να πιέσουν τους κυβερνόντες για να ξοδέψουν χρόνο και χρήματα για μια λειτουργική Βιβλιοθήκη.
- Η επαναλειτουργία της Βιβλιοθήκης δίνει ευκαιρία για πρόσληψη έμπειρου και εξειδικευμένου προσωπικού, δημιουργώντας και αναπτύσσοντας όλα τα τμήματα που χρειάζεται να έχει μια ΔΒ.
- Παρέχεται η ευκαιρία ανάπτυξης της συλλογής με νέο υλικό, όχι μόνο σε έντυπη μορφή, αλλά σε συνεργασία με άλλες Βιβλιοθήκες της Κύπρου, δίνοντας παράλληλα πρόσβαση και σε ηλεκτρονικές πηγές πληροφόρησης. Επίσης ο κατάλογος της Βιβλιοθήκης να ενσωματωθεί στους υπόλοιπους καταλόγους των Κυπριακών Βιβλιοθηκών.
- Συνεργασία με άλλες Βιβλιοθήκες για διαδανεισμό έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού, πραγματοποίηση εκδηλώσεων σε συνεργασία με άλλες Βιβλιοθήκες ή φορείς και ανταλλαγή βιβλίων σε περίπτωση πολλών αντιτύπων.
- Δημιουργία σύγχρονης και πρωτοποριακής ΔΒ με αγορά σύγχρονου εξοπλισμού και λογισμικού για ψηφιοποίηση και συντήρηση, αποθήκευση των σπάνιων βιβλίων που κατέχει η Βιβλιοθήκη στη συλλογή της.
- Εμπλοκή της Βιβλιοθήκης στα πολιτιστικά δρώμενα της πόλης

2.5.2.2 Απειλές (Threats)

- Οι Κρατικές παρεμβάσεις επηρεάζουν τη λειτουργία της Βιβλιοθήκης και δεν αφήνουν περιθώρια εξέλιξης.

- Η μείωση κρατικού προϋπολογισμού που αφορά την Βιβλιοθήκη, την αναγκάζει να περιορίσει τις αγορές έντυπου υλικού, να μην επεκταθεί σε νέες υπηρεσίες που θα μπορούσε να προσφέρει και γενικά να μην εξελιχθεί σε ένα σύγχρονο κέντρο πληροφόρησης.
- Ο αφανής ανταγωνισμός με τις άπειρες πηγές πληροφόρησης που διαθέτει το διαδίκτυο
- Οι Βιβλιοθήκες Εκπαιδευτικών ιδρυμάτων έχουν ανοίξει τις πύλες τους όχι μόνο για τους φοιτητές, ακαδημαϊκούς και το προσωπικό αλλά και για το ευρύ κοινό.

Κεφάλαιο 3

Μάρκετινγκ

3.1 Καθορισμός στρατηγικής μάρκετινγκ

Η ΔΒΠ για να προσελκύσει χρήστες και να δημιουργήσει φήμη θα πρέπει να προβεί στην ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου σχεδίου μάρκετινγκ με πρωτότυπες ιδέες οι οποίες θα έχουν σκοπό την ανάγκη δημιουργίας μιας ανεπτυγμένης ΔΒ στην Πάφο.

Θα πρέπει να γίνει σχεδιασμός μάρκετινγκ με τμηματοποίηση, στόχευση και τοποθέτηση των χρηστών του οργανισμού.

3.2 Τμηματοποίηση

Τμηματοποίηση: η Βιβλιοθήκη πρέπει να τμηματοποιήσει το κοινό της ώστε να στοχεύσει στα τμήματα που επιθυμεί να εστιάσει τη στρατηγική της.

Τα χαρακτηριστικά μιας καλής τμηματοποίησης είναι:

➤ **Διαχωρισμός υποψηφίων χρηστών σε τμήματα, ώστε σε ένα τμήμα:**

- Η ομοιότητα να είναι υψηλή
- Κοινές ανάγκες
- Οι απαντήσεις σε δράσεις μάρκετινγκ παρόμοιες

➤ **Τα τμήματα θα πρέπει να είναι:**

- Αρκετά μεγάλα
- Αναγνωρίσιμα

- Διακριτά
- Σταθερά

Οι μεταβλητές τμηματοποίησης που θα χρησιμοποιήσουμε είναι:

- **Δημογραφική τμηματοποίηση:** θα χωρίσουμε τους δημότες σε ομάδες, όπως ηλικία, εθνικότητα και φύλο.

Πιο αναλυτικά οι ομάδες μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εξής:

Ηλικία: η ηλικία επηρεάζει τις προτιμήσεις των χρηστών. Για παράδειγμα ένας δεκαπεντάχρονος ενδιαφέρεται για υλικό που αφορά την εκπαίδευση του στο σχολείο ενώ στην ηλικία των σαράντα ενδιαφέρονται κυρίως για λογοτεχνία και μυθιστορήματα.

Με βάση τα παραπάνω θα πρέπει να γίνει χωρισμός των ηλικιών η οποία θα ξεκινά από νηπιακό στάδιο μέχρι τους ηλικιωμένους. Η πρώτη ηλικία θα είναι από 2 χρονών μέχρι 6 όπου θα διαβάζουν παραμύθια. Στην ηλικία των 6 μέχρι 12 διαβάζουν παιδική λογοτεχνία. Η ηλικία των 12-18 ενδιαφέρονται περισσότερο για εκπαιδευτικά βοηθήματα ενώ από τα 18 μέχρι τα 24 υλικό για τις σπουδές και τα χόμπι τους. Από 24 μέχρι 45 ενδιαφέρονται για υλικό που αφορά την έρευνα και την επαγγελματική καταξίωση τους. Τέλος στην ηλικία των 45 και μετά ενδιαφέρονται για λογοτεχνικά βιβλία, μυθιστορήματα, ιστορικά και οτιδήποτε αφορά την πνευματική καλλιέργεια τους.

Φύλο: οι άνδρες και οι γυναίκες έχουν διαφορετικές προτιμήσεις και προσανατολισμούς. Οι άντρες ενδιαφέρονται περισσότερο να διαβάσουν για τα χόμπι τους όπως κινήγι και ψάρεμα ενώ οι γυναίκες για τις καθημερινές συνήθειες όπως η διακόσμηση.

Εθνικότητα: η Βιβλιοθήκη θα πρέπει να καλύψει τις ανάγκες των διαφόρων εθνικοτήτων. Οι υπεύθυνοι μάρκετερ θα πρέπει να ανακαλύψουν τις εθνικότητες που υπάρχουν στην πόλη και να βρουν κατάλληλο υλικό που θα καλύψει τις ανάγκες τους. Για παράδειγμα λόγω διαφορετικής γλώσσας θα χρειαστούν λεξικά μάθησης της γλώσσας.

- Ψυχογραφική τμηματοποίηση:** ψυχογραφική είναι η συνδυασμένη χρήση της ψυχολογίας και δημογραφίας που έχει ως στόχο την καλύτερη κατανόηση των καταναλωτών. Στην Ψυχογραφική τμηματοποίηση οι καταναλωτές υποδιαιρούνται σε διάφορες ομάδες με βάση τα γνωρίσματα της προσωπικότητας, τρόπου ζωής, αξιών και ψυχολογίας τους. Άτομα τα οποία ανήκουν στην ίδια δημογραφική ομάδα μπορεί να παρουσιάζουν διαφορετικά ψυχογραφικά χαρακτηριστικά. Δημοφιλή σύστημα ταξινόμησης που βασίζεται σε ψυχογραφικές μετρήσεις είναι το πλαίσιο VALS. Σύμφωνα με αυτό το πλαίσιο οι ενήλικες ταξινομούνται σε οκτώ κύριες ομάδες με βάση τα γνωρίσματα της προσωπικότητας και τα κύρια δημογραφικά στοιχεία. Από αυτές τις ομάδες η Βιβλιοθήκη πρέπει να επιλέξει τους σκεπτόμενους οι οποίοι είναι σκεπτόμενα άτομα και παρακινούνται από τη γνώση. Άλλη ομάδα είναι οι ανιχνευτικοί οι οποίοι δεν επαναπαύονται αλλά αναζητούν την ποικιλία και την ψυχαγωγία. Τα άτομα που ανήκουν στην ομάδα των πασχίζοντων είναι άτομα που αγαπούν την διασκέδαση όμως έχουν χαμηλούς πόρους. Το υλικό της Βιβλιοθήκης μπορεί να τους προσφέρει τη διασκέδαση που χρειάζονται με χαμηλούς πόρους.
- Συμπεριφορική τμηματοποίηση:** σε αυτή την κατηγορία υπάρχουν διάφορες συμπεριφορικές μεταβλητές όπως οι περιστάσεις. Για παράδειγμα κατά την έναρξη της νέας σχολικής χρονιάς οι Βιβλιοθήκες να προβάλλουν τα εκπαιδευτικά βοηθήματα και τα εργαλεία έρευνας που διαθέτει η Βιβλιοθήκη. Παράδειγμα συμπεριφορικής τμηματοποίησης είναι η ΔΒΣ η οποία ανάλογα με την περίσταση διοργανώνει εκδηλώσεις όπως παγκόσμια ημέρα παιδικού βιβλίου, γιορτή Χριστουγέννων και Πάσχα (Νικολάου et al. 2008).

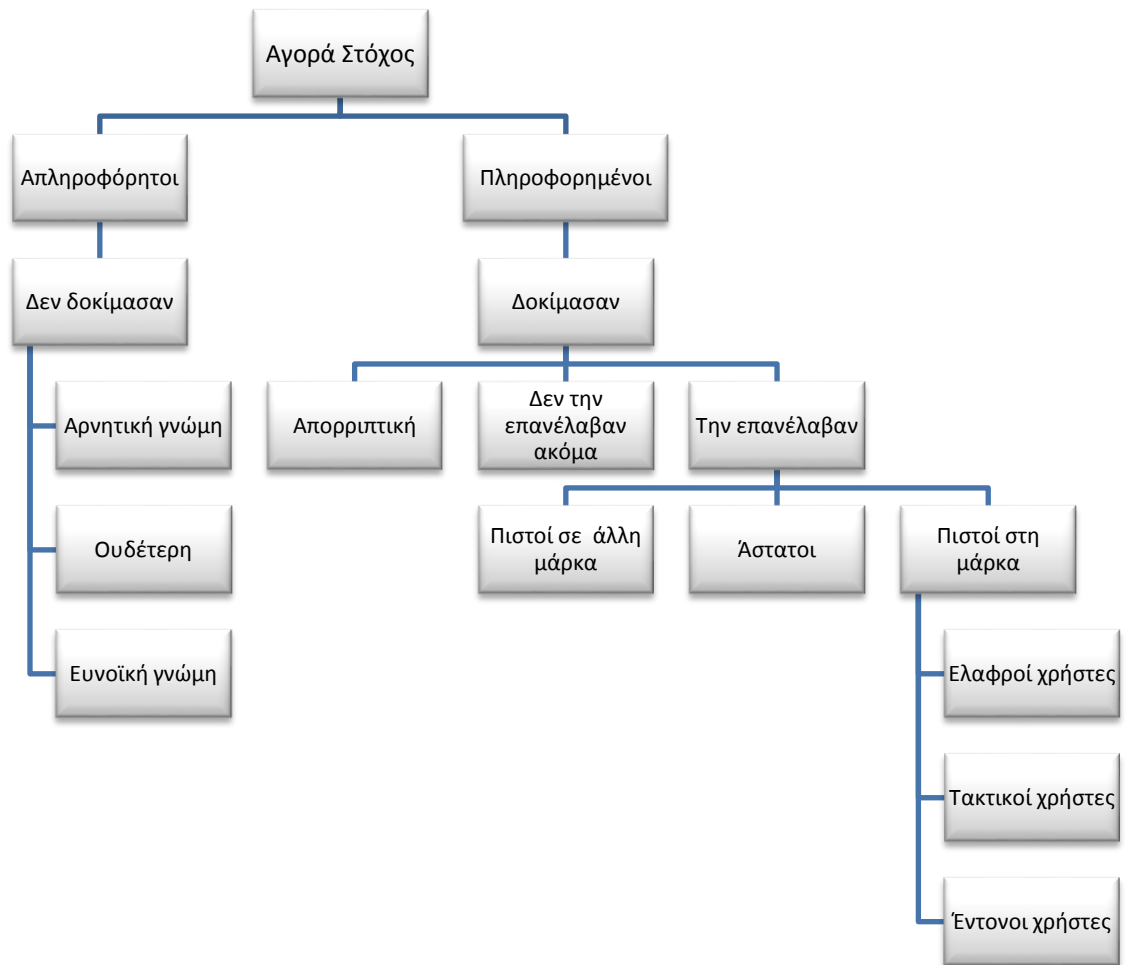
Μια άλλη σημαντική συμπεριφορική μεταβλητή είναι η κατάσταση χρήστη. Εδώ οι χρήστες μπορούν να χωριστούν σε ομάδες όπως μη χρήστες, πρώην χρήστες, πιθανοί χρήστες, χρήστες της πρώτης φοράς και τακτικοί χρήστες. Η Βιβλιοθήκη θα πρέπει να προσελκύσει κάθε ομάδα με διαφορετική στρατηγική. Οι μη χρήστες πρέπει να

ενημερωθούν για την ύπαρξη της Βιβλιοθήκης και να ενημερωθούν για το υλικό και τη χρήση της. Κατόπιν η Βιβλιοθήκη να επικοινωνήσει με πρώην χρήστες και να τους ενημερώσει ότι η Βιβλιοθήκη λειτουργεί πλέον ανανεωμένη τόσο από πλευράς υλικού όσο από πλευράς εξοπλισμού. Οι πιθανοί χρήστες με αφορμή κάποια φάση ή γεγονός της ζωής τους θα γίνουν χρήστες. Οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης θα πρέπει να τους αναγνωρίσουν και να τους πείσουν να συνεχίσουν να επισκέπτονται την Βιβλιοθήκη. Επίσης τα άτομα της πρώτης φοράς πρέπει να τύχουν σωστής και υπεύθυνης εξυπηρέτησης και ενημέρωσης ώστε να την επισκεφτούν ξανά. Τέλος οι τακτικοί χρήστες, αν τους έχουμε ικανοποιημένους δεν θα έχουν λόγο να εγκαταλείψουν την Βιβλιοθήκη. Ακολουθεί η συχνότητα χρήσης όπου οι χρήστες μπορούν να τμηματοποιηθούν σε χρήστες ελαφριάς χρήσης, μέτριας και έντονης χρήσης. Οι έντονοι χρήστες είναι σε μικρότερο ποσοστό αλλά είναι οι πιο τακτικοί χρήστες. Παρόλα αυτά η Βιβλιοθήκη πρέπει να έχει όλες τις ομάδες χρήσης ικανοποιημένους ώστε να συνεχίσουν να την επισκέπτονται.

Το στάδιο ετοιμότητας χαρακτηρίζεται από άτομα που είναι σε διαφορετικές φάσεις. Κάποιοι μπορεί να μην γνωρίζουν την ύπαρξη της Βιβλιοθήκης, κάποιοι την γνωρίζουν λιγότερο ή περισσότερο, κάποιοι επιθυμούν να την επισκεφτούν και κάποιοι άλλοι όχι. Οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης πρέπει να βρουν αυτά τα άτομα και να τα ενημερώσουν για τις υπηρεσίες, λειτουργίες και υλικό της Βιβλιοθήκης. Τη ψυχαγωγία και χρησιμότητα που προσφέρει.

Η τελευταία μεταβλητή που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε είναι η στάση η οποία χωρίζεται σε πέντε ομάδες: οι ενθουσιώδης, οι θετικοί, οι αδιάφοροι, οι αρνητικοί και οι εχθρικοί. Ο υπεύθυνος της Βιβλιοθήκης θα πρέπει να ενθαρρύνουν και ευχαριστήσουν τους ενθουσιώδης ενώ τους θετικούς να προσπαθήσουν να τους κερδίσουν.

Το παρακάτω σχεδιάγραμμα περιγράφει την αγορά στόχο σύμφωνα τη συμπεριφορά (Kotler, Keller 2006).



3.3 Στόχευση

Εφόσον προσδιοριστεί η τμηματοποίηση, πρέπει να επιλεγούν τα τμήματα που θα γίνει η στόχευση. Όσο πιο στοχευμένη είναι η όλη προσπάθεια τόσες περισσότερες είναι οι πιθανότητες επιτυχίας (Armstrong, Kotler 2009).

Η στόχευση σε κάποιο τμήμα δεν σημαίνει πως δεν εξυπηρετούνται χρήστες άλλων τμημάτων. Απλά, όλες οι ενέργειες του οργανισμού έχουν ως στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση των χρηστών της συγκεκριμένης ομάδας καθώς και τη μέγιστη ικανοποίηση από τις λαμβανόμενες υπηρεσίες των χρηστών αυτών (Τσαλκιτζη 2002). Ο συνδυασμός μεταβλητών θα βοηθήσει να εντοπιστούν

ομάδες στόχου. Κατά την αξιολόγηση των τμημάτων πρέπει να ληφθεί υπόψη η ελκυστικότητα του τμήματος και οι στόχοι της Βιβλιοθήκης. Προβληματισμός όμως πρέπει να προκαλέσει η απόφαση, ποια τμήματα έχουν προτεραιότητα.

Μια έρευνα στην Ινδονησία έδειξε ότι ο υπεύθυνος μάρκετινγκ πρέπει να βρει ποιοι είναι οι πελάτες, οι υπηρεσίες που επιθυμούν και τα οφέλη που ψάχνουν. Ο μάρκετερ θα πρέπει να ξεκινήσει με μια σαφή εικόνα πελάτη-στόχο στο μυαλό (Damayani 2006)

Στη ΔΒΠ η στόχευση θα πρέπει να γίνει στα καταρχάς στα παιδιά προβάλλοντας τους το παιδικό υλικό της Βιβλιοθήκης όπως παραμύθια, παιδικά εκπαιδευτικά βιβλία και εκπαιδευτικά παιχνίδια. Παράδειγμα στόχευσης παιδιών είναι η ΔΒ Λάρνακας η οποία κάθε πρώτο Σάββατο του μήνα κάνει αφήγηση δραματοποίηση κάποιου παραμυθιού (Ευθυμίου 2014).

Με την στόχευση στα παιδιά, ταυτόχρονα θα έχουμε προσελκύσει και τους γονείς. Σε αυτούς θα τύχει ενημέρωσης για το υλικό της Βιβλιοθήκης τόσο για τις ωφέλειες και ψυχαγωγία των παιδιών τους όσο και για τους ίδιους. Επιπλέον οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης να επισημάνουν στους γονείς την επίδραση της Βιβλιοθήκης από τα πρώτα στάδια του παιδιού να αγαπήσουν το διάβασμα και το βιβλίο. Πέραν αυτού οι γονείς να ενημερωθούν για όλο το υλικό της Βιβλιοθήκης. Οι βιβλιοθηκονόμοι καλό είναι, να είναι ενήμεροι για τα ενδιαφέροντα τους ώστε να με την εισαγωγή νέου υλικού που τους ενδιαφέρει να τους ενημερώνει. Η Μαρία Ευθυμίου στην ημερίδα για τις ΔΒ (2014) προτείνει λέσχη ανάγνωσης ενηλίκων και μόνιμο θεσμό Παγκύπριας έκθεσης βιβλίου.

Σημαντική ομάδα στόχευσης είναι οι μαθητές δημοτικού σχολείου, γυμνασίου, λυκείου και φοιτητές. Αυτές οι ομάδες ενδιαφέρονται για εκπαιδευτικά βοηθήματα. Παράδειγμα αυτής της ομάδας στόχευσης είναι Βιβλιοθήκη στην Ινδονησία, όπου τα τμήματα στόχοι της είναι παιδιά του δημοτικού σχολείου, του γυμνασίου και προπτυχιακοί φοιτητές όπου τους παρέχεται μεγάλη συλλογή από κόμικς, λογοτεχνία, περιοδικά και μυθιστορήματα (Damayani 2006).

Στην περίπτωση της ΔΒΠ οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης πρέπει να συνεργάζονται με τα σχολεία και ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα του δήμου για να είναι ενήμεροι για τις ανάγκες τους και μέσω αυτών να ενημερώνει τους χρήστες. Πέραν αυτού ομάδα στόχος πρέπει να είναι οι εκπαιδευτικοί οι οποίοι πρέπει να χρησιμοποιούν τη Βιβλιοθήκη και να παρακινούν τους μαθητές και φοιτητές να την χρησιμοποιούν βάζοντας τους έρευνες πέρα από τα σχολικά μαθήματα και διοργανώνοντας επισκέψεις στη Βιβλιοθήκη.

Επόμενη ομάδα στόχευσης είναι οι ηλικιωμένοι. Η συγκεκριμένη ομάδα ενδέχεται να δυσκολεύεται να πάει στη Βιβλιοθήκη. Να οριστούν υπεύθυνοι από την Βιβλιοθήκη οι οποίοι θα τους επισκέπτονται στα σπίτια τους, οίκους ευγηρίας ή όπου αλλού βρίσκονται, να αφουγκράζονται τις ανάγκες τους, να τους ενημερώνουν για το υλικό της Βιβλιοθήκης και ότι τους ενδιαφέρει να τους το παίρνουν.

3.4 Τοποθέτηση

Τοποθέτηση είναι η πράξη του σχεδιασμού, της προσφοράς και της εικόνας της εταιρείας ώστε αυτή να καταλάβει μια ξεχωριστή θέση στην αντίληψη της αγοράς στόχου. Στόχος είναι να τοποθετηθεί η επωνυμία στο νου των καταναλωτών με τέτοιο τρόπο ώστε να μεγιστοποιεί το πιθανό όφελος για την επιχείρηση (Kotler, Keller 2006). Στον κόσμο των Βιβλιοθηκών με τον όρο τοποθέτηση εννοούμε την απόφαση για τον χαρακτήρα που θα έχει η Βιβλιοθήκη στο κοινό που επέλεξε να εστιαστεί (Τσαλκιτζή 2002).

Ορίζοντας τη στόχευση, ο υπεύθυνος μάρκετινγκ πρέπει να γνωρίζει που βρίσκεται ο στόχος και σε ποιο στάδιο να κινηθούν. Τα στάδια να περιλαμβάνουν την ευαισθητοποίηση του κοινού, τη γνώση και τις προτιμήσεις. Έπειτα να δημιουργηθεί το κατάλληλο μήνυμα το οποίο θα τραβήξει την προσοχή του χρήστη, να το βρει ενδιαφέρον και να του διεγείρει την επιθυμία να συμμετέχει. Για να είναι αποτελεσματικό το μήνυμα πρέπει να λάβουμε υπόψη το περιεχόμενο του μηνύματος (τι θα πω) και τη μορφή του μηνύματος (πώς να

το πω). Οι Βιβλιοθήκες στην Bandung για να τραβήξουν την προσοχή των χρηστών χρησιμοποιούν θετικά συναισθήματα όπως αγάπη, υπερηφάνεια, χαρά και χιούμορ.

Στην Ελλάδα δημιουργήθηκε μη κερδοσκοπική εταιρεία με την ονομασία FutureLibrary (<http://www.futurelibrary.gr/about-us/>) με σκοπό να ενισχύσει στη συνείδηση του κόσμου τη σπουδαιότητα των Βιβλιοθηκών ως κέντρο μάθησης, χώρων δημιουργικότητας και διάδρασης.

Οι δημότες πρέπει να νοιώσουν το αίσθημα αλληλοϋποστήριξης με την Βιβλιοθήκη. Αυτό θα επιτευχθεί νοιώθοντας οι κάτοικοι του Δήμου ότι η Βιβλιοθήκη έχει ανοίξει ξανά για να τους προσφέρει γνώση και ψυχαγωγία και κάνοντας τους να θέλουν να υποστηρίξουν αυτήν τη προσπάθεια και να της δώσουν την ευκαιρία. Πέραν αυτού ΔΒΠ μπορεί να κάνει την διαφοροποίηση επισημαίνοντας τα οφέλη της σε κάθε ομάδα και σε κάθε διαφορετικότητα ανθρώπου.

Η ΔΒΠ μπορεί να τοποθετηθεί ως ηγέτης στην απόκτηση υλικού που να αφορά την Πάφο. Το ήδη υπάρχον υλικό της, με προσπάθειες απόκτησης περεταίρω υλικού όπως σπάνιων συλλογών και χειρόγραφων από προσωπικότητες της Πάφου θα την καταστήσει στην κορυφή για έρευνα και εντοπισμό πλούσιων πληροφοριών. Η ΔΒΠ είναι η μοναδική που διαθέτει σπάνιο και πλούσιο υλικό που αφορά την Πάφο γεγονός που τη ξεχωρίζει από τις υπόλοιπες Βιβλιοθήκες της Κύπρου. Οι ερευνητές ή οποιοσδήποτε ενδιαφέρεται για υλικό που αφορά την Πάφο μπορεί να ανατρέξει στην ΔΒΠ για τον εντοπισμό πληροφοριών.

3.5 Το Μίγμα Μάρκετινγκ στη Βιβλιοθήκη

Το μίγμα μάρκετινγκ χρησιμοποιείται ως βασικό εργαλείο από επιχειρήσεις και οργανισμούς για την εφαρμογή της στρατηγικής μάρκετινγκ που έχει αποφασιστεί. Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο χρησιμοποιούνται στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ από τις Βιβλιοθήκες. Το μίγμα μάρκετινγκ μπορεί να υποστηρίξει τις υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης και πληροφόρησης για να

φτάσουν στις αγορές στόχους (Moïkan 2013). Προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί πρέπει να καταρτιστεί το σχέδιο μάρκετινγκ. Η Βιβλιοθήκη μετρά την τρέχουσα ζήτηση του κοινού και προβλέπει την μελλοντική. Επιλέγει μεταξύ ανταγωνιστικών προγραμμάτων με τη βοήθεια ανάλυσης κόστους/αξίας και αποφασίζει το ιδανικό επίπεδο εξόδων μάρκετινγκ (Τσαλκιτζή 2002). Το μίγμα μάρκετινγκ με την πάροδο του χρόνου αλλάζει είτε λόγω κάποιων παραγόντων είτε λόγω της αλλαγής των στόχων ή της αποστολής της Βιβλιοθήκης. Γι' αυτό το λόγο η Βιβλιοθήκη πρέπει να αξιολογεί συχνά τις υπηρεσίες της και να αποφασίζει ποιες θα αποσυρθούν, μεταβληθούν και ποιες θα συνεχίσουν καθώς και νέες υπηρεσίες που μπορεί να προστεθούν. Πέραν των 4Ps του μίγματος μάρκετινγκ προϊόν (product), τιμή (price), τοποθεσία (place) και προώθηση (promotion) υπάρχουν ακόμα τρία στοιχεία που συνθέτουν το μίγμα μάρκετινγκ υπηρεσιών που είναι οι άνθρωποι (people), το περιβάλλον της επιχείρησης-χώρος (physical evidence) και οι διαδικασίες (procedures).

Οι βιβλιοθηκονόμοι και επιστήμονες της πληροφόρησης βλέπουν το μίγμα μάρκετινγκ ως προς τον πελάτη (Moïkan 2013):

Προϊόν - αξία πελάτη

Τιμή - χρόνος πελάτη

Τοποθεσία - ευκολία πελάτη

Προώθηση - επικοινωνία πελάτη

3.5.1 Προϊόν

Στην περίπτωση των Βιβλιοθηκών, προϊόν είναι οι υπηρεσίες που παρέχει η Βιβλιοθήκη στους χρήστες της. Παρόλο που η διαδικασία συνδέεται με ένα φυσικό προϊόν (π.χ βιβλίο) η λειτουργία είναι ουσιαστικά μη χειροπιαστή και δεν φέρει ιδιοκτησία σε κανέναν από τους παράγοντες παραγωγής της (βιβλιοθήκες - χρήστες) (Τσαλκιτζή 2002). Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παρέχουν οφέλη στους χρήστες και ανταποκρίνονται στις πιο σημαντικές τους

ανάγκες είναι ο πυρήνας των επιχειρήσεων της Βιβλιοθήκης και των υπηρεσιών πληροφόρησης (DeAze 1995). Οι Βιβλιοθήκες θα πρέπει να επικεντρωθούν στις επιθυμίες των χρηστών και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η στερεότυπη άποψη ότι η Βιβλιοθήκη είναι απλά δανειστής βιβλίων έχει αντισταθμιστεί με την αναβαθμισμένη γκάμα των υπηρεσιών που προσφέρονται σήμερα σε πολλές Βιβλιοθήκες.

Η συλλογή μιας παραδοσιακής ΔΒ αποτελείται από χειροποιαστά προϊόντα όπως βιβλία, περιοδικά, εγκυκλοπαίδειες, λεξικά, εφημερίδες, CDτα οποία είναι συνοδευτικά των βιβλίων και τον παραδοσιακό δελτιοκατάλογο. Πέραν αυτών οι σύγχρονες ΔΒ διαθέτουν ηλεκτρονικούς υπολογιστές και φωτοτυπικές μηχανές.

Συνολικά η Βιβλιοθήκη διαθέτει 26.000 βιβλία από τα οποία καταλογογραφήθηκαν οι 6000 ενώ αναμένεται να καταλογογραφηθούν και οι υπόλοιπες 20.000 κατά τη διάρκεια της λειτουργίας της ΔΒΠ. Από τις 26.000 που καταμετρήθηκαν αρκετά ήταν σε άσχημη κατάσταση. Η συλλογή της Βιβλιοθήκης αποτελείται με το τέλος του έργου από δύο τμήματα, το παιδικό τμήμα και το Παφολογικό, που φιλοξενούνται στο κεντρικό κτίριο της Βιβλιοθήκης μαζί με μέρος του λογοτεχνικού και ακαδημαϊκού υλικού. Το υπόλοιπο υλικό εξακολουθεί να βρίσκεται σε αποθηκευτικό χώρο με σκοπό να τοποθετηθεί και ταξινομηθεί σε κλειστούς ειδικούς χώρους (βιβλιοστάσια) και κάποια θα ενσωματωθούν στη συλλογή, ενώ άλλα θα δοθούν ως δωρεά ή ανταλλαγή υλικού σε άλλες Βιβλιοθήκες και κάποια θα διατεθούν σε βιβλιόσπιτα. Επιπλέον, αγοράστηκε ελάχιστο υλικό για την ανάπτυξη την παιδικής συλλογής και λογοτεχνία.

Πέραν αυτών, οι υπηρεσίες που παρέχει η Βιβλιοθήκη στους χρήστες είναι:

- Πρόσβαση στον ηλεκτρονικό κατάλογο για αναζήτηση και εντοπισμό βιβλιογραφίας
- Δυνατότητα διαδανεισμού από άλλες Βιβλιοθήκες
- Διοργανώσεις εκδηλώσεων με στόχο την προβολή της Βιβλιοθήκης

- Δανεισμός του υλικού για το χρονικό διάστημα που θα ορίσει η Βιβλιοθήκη με δυνατότητα ανανέωσης
- Δυνατότητα κράτησης ενός βιβλίου
- Πρόσβαση στο διαδίκτυο εντός στους χώρους της Βιβλιοθήκης
- Εξυπηρέτηση χρηστών τόσο στην βιβλιογραφική αναζήτηση όσο και στον εντοπισμό των βιβλίων στα ράφια
- Οργάνωση του υλικού για την εύκολη η πρόσβαση του χρήστη στις πληροφορίες
- Αναγνωστήριο για τη χρήση του υλικού εντός της Βιβλιοθήκης

Όλο το υλικό που ενέπιπτε στη συμφωνία έχει οργανωθεί σύμφωνα με διεθνείς βιβλιοθηκονομικές προδιαγραφές και η ταξινόμηση έγινε σύμφωνα με το Ταξινομικό Σύστημα της Βιβλιοθήκης του Κογκρέσου (Library of Congress Classification). Η καταλογογράφηση έγινε με βάση το πρότυπο Marc21 και στο λογισμικό ανοικτού κώδικα Koha. Σύμφωνα με τους κανονισμούς πολιτικής που συνέταξε η ΚΕΒΕΠ για τη Βιβλιοθήκη, δανείζεται όλο το υλικό της Βιβλιοθήκης εκτός από λεξικά και εγκυκλοπαίδειες. Το σπάνιο υλικό, οι εφημερίδες και τα περιοδικά είναι για δανεισμό εντός της Βιβλιοθήκης. Οι χρήστες θα δικαιούνται να δανειστούν μέχρι 3 βιβλία για δεκαπέντε μέρες με δικαίωμα ανανέωσης. Ο εμπλουτισμός της συλλογής γίνεται με αγορές και δωρεές. Οι αγορές γίνονται σύμφωνα με τις πρακτικές ανάγκες της Βιβλιοθήκης και μετά από αιτήματα των χρηστών. Για την προσπάθεια δημιουργίας ολοκληρωμένης Παφολογικής συλλογής, επιχειρείται συγκέντρωση υλικού που εκδίδεται στη Κύπρο και αφορά ή αναφέρεται στην πόλη της Πάφου. Το υλικό που θα παραγγέλλεται έπειτα από αιτήματα των χρηστών, θα επιλέγεται από το προσωπικό της Βιβλιοθήκης με στόχο τη διατήρηση μιας ισοζυγισμένης, σύγχρονης και χρήσιμης συλλογής για εξυπηρέτηση του συνόλου των χρηστών.

Πέραν αυτών, το ωράριο θεωρείται σημαντικό στοιχείο των προϊόντων. Το ωράριο της ΔΒ πρέπει να είναι ευέλικτο ώστε να εξυπηρετεί όλο το κοινό. Αν και το ωράριο που προτάθηκε από την ΚΕΒΕΠ ήταν Δευτέρα-Τρίτη, Πέμπτη-Παρασκευή 7.30-16.00, Τετάρτη 7.30-15.00 και Σάββατα από τις 9.00-

13.00,παρόλα αυτά όμως οι ώρες λειτουργίας της Βιβλιοθήκης είναι καθημερινά από τις 7.30-15.00 το απόγευμα. Τις επίσημες αργίες η Βιβλιοθήκη παραμένει κλειστή.

3.5.2 Τιμή

Η τιμή είναι από τα σημαντικότερα στοιχεία για τόσο για τους χρήστες όσο και για τις Βιβλιοθήκες γιατί καθορίζει την κερδοφορία του οργανισμού και αυτή ενδιαφέρει πρωτίστως τους χρήστες. Ταυτόχρονα η τιμολόγηση στη παροχή υπηρεσιών είναι δυσκολότερη σε σχέση με των προϊόντων γιατί εκτός από την κερδοφορία έχει και επικοινωνιακό ρόλο, λόγω της άυλης φύσης των υπηρεσιών, οι πελάτες δυσκολεύονται να αξιολογήσουν την ποιότητα μιας υπηρεσίας, ειδικά αν δεν έχουν προηγούμενη εμπειρία. Ως έννοια η τιμή συνιστά δύο διαφορετικούς τύπους: την νομισματική και το κοινωνικό κόστος. Η νομισματική τιμή συνεπάγεται με τη καταβολή του χρηματικού ποσού από τον πελάτη ενώ κοινωνικό κόστος συνεπάγεται με την πρόσθετη προσπάθεια που καταβάλλει ο πελάτης για να αποκτήσει πρόσβαση σε ένα προϊόν. Οι Βιβλιοθήκες προσφέρουν υπηρεσίες και οι χρήστες πρέπει να χρεώνονται για κάποιες από αυτές. Η τιμή των υπηρεσιών των Βιβλιοθηκών μπορεί να αναθεωρηθεί ώστε να ταιριάζει με τους τρέχων εξωτερικούς ή εσωτερικούς παράγοντες. Οι ΔΒ για να λειτουργούν σωστά και να ανταποκρίνονται στις πληροφοριακές ανάγκες των δημοτών και όχι μόνο, έχουν αρκετό κόστος. Έτσι για να έχει πόρους η Βιβλιοθήκη και να μην εξαρτάται αποκλειστικά από τους προϋπολογισμούς των κυβερνητικών φορέων πρέπει κάποιες υπηρεσίες να τις χρεώνει. Η τιμολόγηση είναι από τις πιο δύσκολες και πολύπλοκες διαδικασίες που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι Βιβλιοθήκες. Προτεραιότητα της Βιβλιοθήκης είναι να αναλύσει και να αξιολογήσει την αξία των διαφόρων διαδικασιών όπως κόστος υπηρεσιών αναγνώστη, κόστος μιας μέσης αναζήτησης κτλ. ώστε να βελτιστοποιήσουν τις δαπάνες και τους οικονομικούς πόρους της Βιβλιοθήκης (Yankova 2013).

Ενώ τη τιμολόγηση των υπηρεσιών είναι βασική ενέργεια των μη κερδοσκοπικών οργανισμών, για απόκτηση εσόδων ώστε να μην διακυβεύεται η βιωσιμότητά τους, εντούτοις η ΔΒΠ δεν έχει κόστος συνδρομής αλλά παρέχει δωρεάν τις υπηρεσίες της σε όλους τους χρήστες. Εκτός αυτού δεν διαθέτει φωτοτυπική μηχανή όπως σχεδόν όλες οι ΔΒ που είναι πηγή εσόδων. Ταυτόχρονα, ενώ στη πολιτική της ΔΒΠ υπάρχει χρέωση σε περίπτωση ο χρήστης δεν επιστρέψει εντός της προθεσμίας το βιβλίο εντούτοις στη πράξη δεν υφίσταται. Προς το παρόν η μόνη πηγή εσόδων είναι η ελάχιστη χρηματοδότηση και οι δωρεές. Συγκεκριμένα το Πετρίδειο ίδρυμα χάρισε στη ΔΒΠ 10.000€.

Οι υπεύθυνοι της ΔΒΠ λοιπόν, πρέπει να αναπτύξουν στρατηγική τιμολόγησης με βάση τους στόχους που έχουν τεθεί. Η στρατηγική με βάση την κάλυψη του κόστους θα συνδράμει στην επιβίωση της Βιβλιοθήκης. Η επιβίωση της ΔΒΠ πρέπει να τεθεί στους βραχυπρόθεσμους στόχους της προσθέτοντας όμως υπηρεσίες και υλικό που θα της προσφέρουν αξία και κύρος αλλιώς θα κινδυνέψει.

Η ΔΒΠ σύμφωνα με τις υπηρεσίες που προσφέρει τώρα θα χρεώνει την ετήσια συνδρομή των χρηστών και πρόστιμα για καθυστερήσεις βιβλίων.

3.5.3 Προώθηση

Η προώθηση είναι βασικό εργαλείο του μίγματος μάρκετινγκ. Οι υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης πρέπει να διαφημίζονται στο κοινό στόχο και να προωθούνται οι πτυχές της τρέχουσας υπηρεσίας της οποίας τα μέλη του τμήματος είναι απληροφόρητα ώστε να ενθαρρυνθεί η χρήση. Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο έχει διεισδύσει στο κόσμο των Βιβλιοθηκών ο τρόπος προώθησης τους. Για την προβολή της Βιβλιοθήκης οι υπεύθυνοι του τμήματος μάρκετινγκ πρέπει να δημιουργήσουν ένα μήνυμα το οποίο θα ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά και τις προτιμήσεις του κοινού στόχου. Το μήνυμα θα πρέπει να τραβήξει την προσοχή, να έχει ενδιαφέρον και να διεγείρει την περιέργεια ώστε να ωθήσει το κοινό να χρησιμοποιήσει τη Βιβλιοθήκη. Η επιλογή του μέσου θα

γίνει καταρχάς με βάση το κόστος, το προφίλ και το μέγεθος του κοινού κάθε μέσου και ακολούθως κατά πόσο η εικόνα του μέσου συμβαδίζει με την εικόνα του μηνύματος που θα μεταδοθεί (Ανδρονικίδης, Ζαφειρίου 2009).

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι προβολής της Βιβλιοθήκης όπως:

3.5.3.1 Διαφήμιση

Σκοπός της διαφήμισης είναι να ευαισθητοποιήσει του χρήστες να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης και να εντείνει την εικόνα της Βιβλιοθήκης. Με την διαφήμιση το μήνυμα που θέλουμε να προβάλουμε θα έρθει σε επαφή με περισσότερους υποψήφιους χρηστές και με καλύτερα αποτελέσματα.

Η διαφήμιση αρχικά πρέπει να ενημερώνει τα κοινό για την ύπαρξη της, ακολούθως να τους πείσει να δοκιμάσουν τις υπηρεσίες της και τέλος να τους υπενθυμίζει.

3.5.3.2 Δημόσιες σχέσεις

Σύμφωνα με τον Kotler η καθιέρωση της μάρκας μέσω των δημοσίων σχέσεων απαιτεί πολύ περισσότερο χρόνο και δημιουργικότητα, αλλά έχει πολύ καλύτερα αποτελέσματα από μια πολύκροτη διαφήμιση. Οι Δημόσιες σχέσεις αλληλοεπιδρούν μεταξύ της Βιβλιοθήκης και των χρηστών της. Προϋποθέτουν την διαπροσωπική επαφή η οποία αναπτύσσει επικοινωνία εμπιστοσύνης, αμοιβαίου σεβασμού, την αντίληψη, τη στάση και τη γνώμη των πολιτών προς όφελος της Βιβλιοθήκης και των υπηρεσιών της.

Για την προώθηση της ΔΒΠ έγιναν οι ακόλουθες δράσεις:

- Εγκαίνια Βιβλιοθήκης που περιλάμβανε: μουσικό καλωσόρισμα, προβολή ταινίας μικρού μήκους αφιερωμένη στη ΔΒΠ, ομιλίες από πολιτικά πρόσωπα και πρόσωπα των γραμμάτων, απονομή τιμητικής διάκρισης

στον καθηγητή Γεώργιο Δ. Μπαμπινιώτη, αγιασμό και ξενάγηση στους χώρους της Βιβλιοθήκης

- Αφήγηση παραμυθιού με συνοδεία μουσικής
- Δημιουργικό εργαστήρι με τίτλο «Μια φορά και ένα καιρό ήταν ένας γλάρος...»
- Εκδήλωση προς τιμή των συγγραφέων της Πάφου και έκθεση των βιβλίων τους
- Μουσικό-θεατρικό εργαστήρι για παιδιά
- Ημερίδα με θέμα «Θησαυροί σε Βιβλιοθήκες των πόλεων της Κύπρου» η οποία πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια των εκδηλώσεων του μήνα εγκαινίων της ΔΒΠ.
- Ανάγνωση βιβλίων του παιδικού τμήματος της Βιβλιοθήκης

Για όλες τις εκδηλώσεις, ενέργειες, δράσεις που έγιναν για τα εγκαίνια της ΔΒ ξοδεύτηκαν γύρω στις 14.000€.

Σύμφωνα με την πολιτική σχετικά με τη λειτουργία της Βιβλιοθήκης που πρότεινε η ΚΕΒΕΠ, στα μελλοντικά σχέδια για δράσεις της Βιβλιοθήκης είναι:

- Εκπαιδευτικά προγράμματα για τάξεις σχολείων Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης όπως εκμάθηση ηλεκτρονικών υπολογιστών, αγγλική γλώσσα και μαθήματα για την ιστορία της Πάφου.
- Εκδηλώσεις με θέματα όπως το βιβλίο και γενικά την τέχνη και το πολιτισμό όπως παρουσιάσεις νέων εκδόσεων, διαλέξεις για σύγχρονα θέματα, εκθέσεις βιβλίων και αφιερώματα στην παγκόσμια ημέρα παιδικού βιβλίου.
- Καθιέρωση βραβείου φιλαγνοσύας προς τους χρήστες της Βιβλιοθήκης στα πλαίσια προώθησης της φιλαγνοσύας. Σε αυτή την περίπτωση ο χρήστης ο οποίος διαβάζει τα περισσότερα βιβλία το χρόνο, θα βραβεύεται σε εκδήλωση που θα πραγματοποιείται από τη ΔΒΠ.
- Ενημέρωση μέσω τοπικού τύπου, ιστοσελίδας Δήμου Πάφου και blog θέματα που αφορούν τη Βιβλιοθήκη. Παράλληλα η ΔΒΠ στοχεύει στη

συχνή επικοινωνία με τους χρήστες της δια μέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

- Σεμινάρια σε καθηγητές Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, γονείς και σε κάθε ενδιαφερόμενο από ερευνητές Πανεπιστημίων σχετικά με μεθόδους και πορίσματα που περιλαμβάνονται στη διδακτέα ύλη.

3.5.4 Τοποθεσία

Με τον όρο τοποθεσία δεν εννοούμε μόνο το μέρος που βρίσκεται η Βιβλιοθήκη αλλά που και πως οι υπηρεσίες που διατίθενται εξυπηρετούν τους χρήστες (Γαρουφάλλου *et al.* 2012). Το ενδιαφέρον στρέφεται στο χρόνο και στο χώρο που το κοινό-στόχος θα εκδηλώσει την επιθυμητή συμπεριφορά (Ανδρονικίδης, Ζαφειρίου 2009). Η διανομή των προϊόντων της Βιβλιοθήκης αφορά το «πότε», το «όταν» και το «πως». Το «πότε» σημαίνει τη χρονική περίοδο που παρέχονται οι πληροφορίες, το «όταν» τη θέση των υπηρεσιών και το «πως» αποτελεί το είδος της διανομής (Garusing 2002).

Η θέση της Βιβλιοθήκης επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την προσέλευση των χρηστών. Έτσι η Βιβλιοθήκη βρίσκεται στο κέντρο της Πάφου με αποτέλεσμα την εύκολη πρόσβαση. Σε μικρή απόσταση από τη Βιβλιοθήκη υπάρχει ο σταθμός των λεωφορείων και γραφείο ταξί, πράγμα που καθιστά εύκολη τη μετάβαση για πολίτες που δεν έχουν μεταφορικό μέσο. Παράλληλα καθιστά εύκολη τη μεταφορά ατόμων που μένουν σε απόμακρες περιοχές της Πάφου. Αντιθέτως όμως, η Βιβλιοθήκη δεν διαθέτει δικό της χώρο στάθμευσης, γεγονός που ενδεχομένως να δυσχεραίνει τους χρήστες και να διστάζουν να την επισκεφτούν. Πέραν αυτών, στη περιοχή γύρω από τη Βιβλιοθήκη υπάρχουν χώροι αναψυχής, καταστήματα και σχολεία με αποτέλεσμα οι πολίτες να μπορούν να συνδυάσουν τη Βιβλιοθήκη με τη μετάβαση τους σε αυτές τις τοποθεσίες.

Επιπλέον η Βιβλιοθήκη παρέχει πρόσβαση στον ηλεκτρονικό της κατάλογο μέσω διαδικτύου. Εκτός αυτού όλες οι πληροφορίες που αφορούν τη Βιβλιοθήκη

και ενδιαφέρουν τους χρήστες (ωράριο, στοιχεία επικοινωνίας με τη Βιβλιοθήκη) είναι αναρτημένες στην ιστοσελίδα του δήμου.

Η ΔΒΠ έχει αναπτύξει κανάλι διανομής απ' ευθείας με τους χρήστες της. Πέραν αυτού όμως σύμφωνα με την υπογραφή της συμφωνίας ανάμεσα στον ΔΠ και την ΚΕΒΕΠ, υπάρχει πρόταση για τη δημιουργία βιβλιόσπιτων τα οποία θα τοποθετηθούν σε κομβικά σημεία που θα επιλεγούν από τους βιβλιοθηκονόμους της ΔΒΠ και τον Δήμο.

3.5.5 Άνθρωποι

Οι άνθρωποι αποτελούν σημαντικό στοιχείο του μίγματος μάρκετινγκ γιατί είναι αναπόσπαστο στοιχείο της προσφοράς υπηρεσιών. Οι εργαζόμενοι είναι το πρόσωπο του ιδρύματος. Οι δραστηριότητες και η φήμη μπορεί να χάσουν τη σημασία τους αν οι εργαζόμενοι δημιουργούν δυσάρεστο περιβάλλον. Τα άτομα που περιβάλλουν τη Βιβλιοθήκη πρέπει να αναπτύξουν μια κουλτούρα προσανατολισμένη στους πελάτες ενώ η ικανοποίηση των πελατών να λειτουργεί ως μέτρο αξιολόγησης της απόδοσης τους (Γούναρης 2003). Το προσωπικό πρέπει να είναι δραστήριο και εξειδικευμένο.

Η ΚΕΒΕΠ, στα πλαίσια αναδιοργάνωσης και επαναλειτουργίας της ΔΒΠ προκήρυξε 2 θέσεις Βιβλιοθηκονόμου υπό το καθεστώς ανεξάρτητου συνεργάτη. Η θέση απαιτούσε Πανεπιστημιακό τίτλο σπουδών στη Βιβλιοθηκονομία ή/και συνδυασμένη με κάποια άλλη συναφή επιστήμη. Η σύμβαση είχε διάρκεια ένα χρόνο. Μετά από συνέντευξη με 15 υποψηφίους, επιλέχθηκαν και προσελήφθησαν 2 άτομα με πλήρη απασχόληση και 4 άτομα με μερική απασχόληση στους οποίους διαμοιράστηκαν 38 ώρες εργασίας. Ο αριθμός του ανθρώπινου δυναμικού εξαρτιόταν από τις ανάγκες της εκάστοτε περιόδου. Τον μήνα Ιούνιο, ζητήθηκε από το ΔΣ της ΚΕΒΕΠ, λόγω οικονομικών δυσκολιών του ΔΠ, να παύσει μερικά άτομα. Έτσι επιλέγηκε η συνέχιση των ατόμων που είχαν προσληφθεί με πλήρη απασχόληση. Οι συνεργάτες που επιλέχθηκαν για την πραγματοποίηση του έργου ήταν επαγγελματίες βιβλιοθηκονόμοι, γνώστες του αντικειμένου και πρόθυμοι να συνεργαστούν

τόσο μεταξύ τους όσο και με το Διοικητικό Συμβούλιο της ΚΕΒΕΠ και του Δήμου Πάφου. Επίσης είχαν ιδέες για την ανάπτυξη και προώθηση της Βιβλιοθήκης, έπαιρναν πρωτοβουλίες, ήταν εξυπηρετικοί και γενικά είχαν όραμα για τη Βιβλιοθήκη.

Με το πέρας του έργου, ο ΔΠ δεν ανανέωσε το συμβόλαιο του με την ΚΕΒΕΠ, αλλά αποφάσισε να παύσει τα άτομα που είχαν προσληφθεί για το έργο και να μετακινήσουν πτυχιούχο Βιβλιοθηκονομίας από άλλο τμήμα του Δήμου στη Βιβλιοθήκη. Λόγω πολλών χρόνων απουσίας αυτού του ατόμου από τον κλάδο της Βιβλιοθηκονομίας και κατά συνέπεια στις εξελίξεις του κλάδου, βρήκε αντίθετα τα μέλη του Δ.Σ της ΚΕΒΕΠ αφού στο συμβόλαιο που υπογράφηκε από την ΚΕΒΕΠ και το Δήμο Πάφου αναφερόταν η ανάγκη άμεσης προκήρυξη της θέσης για άτομο με πτυχίο Βιβλιοθηκονομίας ώστε να μπορέσει να ανταποκριθεί στην αξιοποίηση των σύγχρονων υποδομών που εγκαταστάθηκαν.

3.5.6 Χώρος (φυσικά στοιχεία)

Σύμφωνα με τον Σ. Γούναρη (2003) ο χώρος στον οποίο παρέχονται οι υπηρεσίες της επιχείρησης συντελεί στη δημιουργία συγκεκριμένων συναισθημάτων τόσο για τους πελάτες της επιχείρησης όσο και στους εργαζομένους που δραστηριοποιούνται σε αυτούς και εξυπηρετούν τους πελάτες επηρεάζοντας τη συμπεριφορά αμοιτέρων. Λόγω της επίσκεψης του κοινού στη Βιβλιοθήκη, οι αρμόδιοι της πρέπει να λάβουν υπόψη το περιβάλλον της Βιβλιοθήκης και τα χειροπιαστά στοιχεία που τη πλαισιώνουν επηρεάζοντας την ουσία και τη φύση της υπηρεσίας που προσφέρεται. Ο χώρος της Βιβλιοθήκης τόσο από εξωτερικής εμφάνισης τόσο από εσωτερικής πρέπει να αποδεικνύουν την ποιότητα των υπηρεσιών της. Όταν χώροι προκαλούν ευχάριστα συναισθήματα και θετική ψυχολογία στον χρήστη και στον εργαζόμενο αφήνουν το χρήστη με ένα ευχάριστο συναίσθημα από την επαφή του με το προσωπικό επαφής.

Το κτίριο της Βιβλιοθήκης έτυχε πρόσφατα ανακαίνισης. Ο χώρος της Βιβλιοθήκης αποτελείται από ένα ισόγειο 136m², μεσοπάτωμα 35m²

υπόγειο χώρο 14m² (κουζίνα/χώροι υγιεινής). Τα τρέχοντα μέτρα σε ράφια τα οποία έχουν ήδη κατασκευαστεί για τοποθέτηση βιβλίων υπολογίζονται σε 235 m². Ενώ ο αριθμός του υλικού είναι 26.000, ο μέγιστος αριθμός υλικού που μπορεί να φιλοξενηθεί στη Βιβλιοθήκη είναι 7000. Στο ισόγειο βρίσκεται η συλλογή της Βιβλιοθήκης και ο πάγκος εξυπηρέτησης. Η Βιβλιοθήκη δεν είναι κατάλληλα σχεδιασμένη αφού μπαίνει ο ήλιος από τα παράθυρα βλάπτοντας τα βιβλία. Μετά από πρόταση της ΚΕΒΕΠ έχουν τοποθετηθεί περσίδες (blinds), οι οποίες όμως επί τω πλείστων παραμένουν ανοικτές. Η παιδική συλλογή είναι όμορφα οργανωμένη έχοντας μικρά τραπεζάκια με χρωματιστά μολύβια επάνω. Πάνω στα ράφια υπάρχει γυαλί ενώ ο λόγος ύπαρξης του δεν υφίσταται. Επίσης υπάρχουν 8μεγάλα ράφια ενώ παράλληλα υπάρχουν κατά το μήκος των τοίχων μικρά ράφια. Τα ράφια είναι μεν ωραία σε εμφάνιση, όμως λίγα για τη δημιουργία μιας πλούσιας συλλογής. Εκτός αυτού είναι χαμηλά ενώ θα μπορούσε να ήταν πιο ψηλά φιλοξενώντας περισσότερο υλικό. Στο κτίριο της Βιβλιοθήκης δεν υπάρχει πρόνοια για άτομα με αναπηρίες αφού στο ισόγειο υπάρχει μόνο μια θέση ανάγνωσης με ηλεκτρονικό υπολογιστή, ενώ για μετάβαση στο μεσοπάτωμα όπου υπάρχει μεγαλύτερο αναγνωστήριο υπάρχουν μόνο σκάλες. Ο χώρος στο μεσοπάτωμα είναι στενός έχοντας 10 θέσεις για ανάγνωση και 4 ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Γενικά το κτίριο εξωτερικά και εσωτερικά είναι καλαίσθητο εντούτοις όμως ο χώρος είναι αρκετά μικρός για να λειτουργήσει μια σύγχρονη Βιβλιοθήκη με πλούσια συλλογή και σύγχρονα τεχνολογικά εργαλεία.

Παρόλα αυτά όμως, στη συμφωνία γίνεται αναφορά για πρόνοια επέκτασης της συλλογής τα επόμενα 5 χρόνια και ότι οι αποθηκευτικοί χώροι και τα κλειστά βιβλιοστάσια πρέπει να προνοηθούν από νωρίς για τη σωστή διαχείριση του υλικού.

Ο ΔΠ πρέπει να φροντίσει ώστε η Βιβλιοθήκη να μεταστεγαστεί ή επεκταθεί ώστε το κτίριο να είναι κατάλληλα διαμορφωμένο για τις ανάγκες της. Ο εξωτερικός χώρος της Βιβλιοθήκης πρέπει να είναι διαμορφωμένος με τέτοιο τρόπο ώστε να δημιουργεί ένα ευχάριστο περιβάλλον για τους χρήστες. Τα

βιβλία πρέπει να βρίσκονται στη σωστή τους θέση και να υπάρχουν διαμορφωμένοι χώροι για ξεχωριστές ανάγκες. Το παιδικό τμήμα είναι βασικό, γιατί αν καταφέρει η Βιβλιοθήκη να προσελκύσει τα παιδιά τότε θα τα έχει και στην ενήλικη ζωή τους.

3.5.7 Διαδικασίες

Όπως η επαφή των χρηστών με το ανθρώπινο δυναμικό της Βιβλιοθήκης τους δημιουργεί συγκεκριμένες εμπειρίες, έτσι και η έμμεση επαφή των χρηστών με το σύστημα και τις διαδικασίες εξυπηρέτησης επηρεάζει την εμπειρία των χρηστών. Θεωρούνται οι λειτουργίες και η αποτελεσματικότητα της Βιβλιοθήκης. Η δημιουργία και η προσφορά της υπηρεσίας στους χρήστες απαιτεί το σχεδιασμό και την υλοποίηση αποτελεσματικών διαδικασιών μέσα από διαγράμματα ροής (Τσαλκίτζη 2002). Οι διαδικασίες εκλαμβάνονται από τον χρήστη ως στοιχείο ποιότητας και συγκριτικού πλεονεκτήματος οι οποίες εάν είναι αναποτελεσματικές μπορεί να προκαλέσουν δυσαρέσκεια που πιθανόν να απειλήσουν τη σχέση με το χρήστη (Ανδρονικίδης, Ζαφειρίου 2009).

Η Βιβλιοθήκη μέσω του λογισμικού συστήματος Koha παρέχει στους χρήστες της σε πραγματικό χρόνο (real time) αναζήτηση στον ηλεκτρονικό της κατάλογο. Με τον όρο πραγματικό χρόνο εννοείται στα αποτελέσματα της αναζήτησης ενημερώνει το χρήστη αν τη δεδομένη στιγμή το έχει δανειστεί κάποιος άλλος και την ημερομηνία επιστροφής του. Επίσης ενημερώνει το χρήστη τι είδος τεκμήριο είναι π.χ. βιβλίο, CD, αριθμό των αντιτύπων του και τα θέματα που διαπραγματεύεται. Επιπλέον κάθε νέο τεκμήριο που εισέρχεται στη Βιβλιοθήκη ενημερώνεται ο ηλεκτρονικός κατάλογος.

Πέραν αυτών, το προσωπικό της Βιβλιοθήκης παρέχει Βιβλιογραφική υποστήριξη. Δηλαδή καθοδηγεί τους χρήστες πώς να κάνουν ανακτήσουν τις πληροφορίες που χρειάζονται, αναζητώντας με εναλλακτικά λέξεις κλειδιά που θα τους δώσουν συγκεκριμένες πληροφορίες. Επίσης θα τους ενημερώσουν τον τρόπο ώστε η έρευνα τους να μην εμπίπτει με παράπτωμα πνευματικών

δικαιωμάτων όπως να αναφέρουν το όνομα του δημιουργού από τον οποίο βρήκαν τη πληροφορία.

Παράλληλα δίνεται η δυνατότητα διαδανεισμού. Σε περίπτωση δηλαδή που το τεκμήριο που ζητά ο χρήστης είναι διαθέσιμο σε άλλη Βιβλιοθήκη, τότε με έξοδα του χρήστη η Βιβλιοθήκη μπορεί να το ζητήσει και να το φέρουν στο χρήστη. Φυσικά υπάρχει χρονικό περιθώριο που μπορεί να το δανειστεί ο χρήστης.

Τέλος, η Βιβλιοθήκη πρέπει να προνοήσει ώστε οι διαδικασίες να ικανοποιήσουν τους χρήστες.

Κεφάλαιο 5

Υλοποίηση

5.1 Υλοποίηση Μάρκετινγκ

Η υλοποίηση είναι από τις πιο δύσκολες διαδικασίες. Είναι πιο εύκολο να σκεφτείς καλές στρατηγικές μάρκετινγκ παρά να τις υλοποιήσεις (Kotler et al. 1999). Για να πετύχει η υλοποίηση όλα τα τμήματα της Βιβλιοθήκης πρέπει να συνεργαστούν μεταξύ τους. Κατόπιν να ετοιμαστεί ένα πρόγραμμα δράσης στο οποίο θα εντάσσονται όλα τα πρόσωπα και οι δραστηριότητες που πρέπει να δρομολογηθούν. Το πρόγραμμα δράσης εντοπίζει τα σημεία που χρήζουν σημασίας και τις αποφάσεις που πρέπει να παρθούν για την υλοποίηση του σχεδίου μάρκετινγκ. Το πρόγραμμα πρέπει να δείχνει τι πρέπει να γίνει, πως θα γίνει, ποιος θα το κάνει και πως θα συντονιστούν οι ενέργειες. Πέραν του προγράμματος δράσης η υλοποίηση για να είναι αποτελεσματική χρειάζεται α) σωστή επικοινωνία και διευκρινήσεις ανάμεσα στους συμμετέχοντες, β) συμμετοχή και δέσμευση των εργαζομένων, γ) παροχή απαραίτητων πόρων (χρήμα, προσωπικό, τεχνικοί και χρόνος)

Το πρόγραμμα δράσης πρέπει να περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν και θα αφορούν το προϊόν, τη τιμή, τη προώθηση, τη τοποθεσία, το ανθρώπινο δυναμικό, το χώρο, τις διαδικασίες, τις κοινοπραξίες, την οργανωτική δομή, ικανοποίηση χρηστών και τον προϋπολογισμό.

5.1.1 Προϊόν

Η ΔΒΠ για να ικανοποιήσει τους χρήστες της και να καταστεί κέντρο έρευνας πρέπει να διευρύνει το φάσμα των υπηρεσιών της και να διαθέσει στους χρήστες της υπηρεσίες όπως:

- Βάσεις Δεδομένων τις οποίες μπορεί να αποκτήσει η Βιβλιοθήκη μέσω συνεργασιών που θα παρέχουν είτε το πλήρες κείμενο, είτε περίληψη ή τα βιβλιογραφικά στοιχεία του τεκμηρίου
- Πρόσβαση στα ηλεκτρονικά περιοδικά
- Διοργανώσεις σεμιναρίων με στόχο την εκπαίδευση και εξοικείωση των χρηστών με την Βιβλιοθήκη
- Πρόσβαση στον ηλεκτρονικό κατάλογο άλλων Βιβλιοθηκών
- Ανάπτυξη της συλλογής με υλικό που να ανταποκρίνεται στις σύγχρονες απαιτήσεις της κοινωνίας

Επιπλέον μια σύγχρονη ΔΒ πρέπει να διαθέτει πλούσιο οπτικοακουστικό υλικό όπως DVD, CD-ROM, κασέτες ήχου, βιντεοταινίες, microfilm και microfiche. Επίσης η συλλογή της Βιβλιοθήκης πρέπει να εμπλουτιστεί με παραμύθια, παιδική λογοτεχνία, μυθιστορήματα και λογοτεχνία για ενήλικες, να διαθέτει εκπαιδευτικό υλικό για τους μαθητές και φοιτητές, πλούσια συλλογή εγκυκλοπαιδειών και λεξικών. Επιπλέον να διαθέτει υλικό που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των μαθημάτων που παρέχονται στα τοπικά πανεπιστήμια όπως αρχιτεκτονική, λογιστική, μάρκετινγκ, οργάνωση και διοίκηση επιχειρήσεων, στατιστική, οικονομικά μαθηματικά, ιατρικά, θεολογικά και νομικά. Εκτός αυτού μια σύγχρονη Βιβλιοθήκη πρέπει να έχει υλικό για τα κομπιούτερ, τη ψυχολογία, τις κοινωνικές επιστήμες, γεωγραφία και δοκίμια. Η γλώσσα του υλικού να μην είναι μόνο η Ελληνική και Αγγλική αλλά διάφορες Ευρωπαϊκές.

Παράλληλα να προμηθεύεται τις εφημερίδες που εκδίδονται στη Κύπρο και να δημιουργήσει συλλογή με τοπικές εφημερίδες και περιοδικά. Επιπλέον μπορεί να δημιουργήσει ψηφιακή συλλογή με φωτογραφίες και δημοσιεύσεις που να αφορούν τη Πάφο.

Πέραν όσων προαναφέρθηκαν, το ωράριο θεωρείται σημαντικό στοιχείο των προϊόντων. Το ωράριο της Βιβλιοθήκη πρέπει να είναι ευέλικτο ώστε να εξυπηρετεί όλο το κοινό. Η ΔΒΠ πρέπει να είναι ανοικτή στο κοινό της από τις οκτώ το πρωί καθημερινά μέχρι τις οκτώ το βράδυ και κάθε Σάββατο από τις 9 το πρωί μέχρι τις 2 το μεσημέρι. Παράδειγμα ωραρίου αναφέρεται στην Βόρεια Ιρλανδία όπου το γενικό συμβούλιο καταναλωτών συνιστά στα διοικητικά συμβούλια των Βιβλιοθηκών όπως επεκτείνουν και τροποποιήσουν τα ωράρια τους ώστε να αντανακλά καλύτερα στις ελεύθερες ώρες και ψυχαγωγία του κοινού, συμπεριλαμβανομένου μεγαλύτερο άνοιγμα το βράδυ (Wadley, Broady & Hayward 1997).

Επιπλέον η Βιβλιοθήκη πρέπει να δημιουργήσει το δικό της σήμα ώστε να εδραιωθεί στο μυαλό των δημοτών και Παγκύπρια. Το σήμα να δημιουργηθεί με προσοχή ώστε να αρμόζει στη σοβαρότητα ενός οργανισμού όπως της δημοτικής Βιβλιοθήκης. Η ζωγραφιά ενός βιβλίου ή η ζωγραφιά ενός παιδιού που διαβάζει και επάνω να γράφει «Δημοτική Βιβλιοθήκη Πάφου» είναι ένα σήμα που αρμόζει στη Βιβλιοθήκη.

Τέλος οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης πρέπει να φροντίσουν ώστε η συλλογή της να ανανεώνεται συχνά με νέο υλικό, να συγχρονίζονται με την τεχνολογική ανάπτυξη και να αφουγκράζονται τις ανάγκες του κοινού για ενημέρωση και ψυχαγωγία.

5.1.2 Τιμή

Η ΔΒ πρέπει ορίσει ένα ποσό που θα αντιστοιχεί στην ετήσια συνδρομή του χρήστη για να μπορεί να είναι μέλος της Βιβλιοθήκης και να μπορεί να δανείζεται βιβλία. Η ετήσια συνδρομή να είναι ίδια με την τιμή που επικρατεί στις υπόλοιπες δημοτικές Βιβλιοθήκες της Κύπρου. Ταυτόχρονα πρέπει να υπάρχουν ποινές στην καθυστέρηση επιστροφής του βιβλίου με χρέωση 0,20 σεντς τη μέρα. Με αυτό τον τρόπο η Βιβλιοθήκη αυξάνει τα έσοδα της ενώ από την άλλη αναγκάζει τους χρήστες της να είναι συνεπείς. Η χρήση των φωτοτυπικών μηχανών πρέπει να χρεώνεται. Σε αυτό το σημείο καλό είναι να

διευκρινιστεί ότι οι φωτοτυπικές μηχανές πρέπει να λειτουργούν με κάρτες τις οποίες θα αγοράζει ο χρήστης από την Βιβλιοθήκη. Οι κάρτες να έχουν χρέωση 2 ευρώ για εκτύπωση 40 σελίδων και 5 ευρώ για 100 σελίδες. Επιπλέον η πρόσβαση στις Βάσεις Δεδομένων να είναι δωρεάν μόνο στους χώρους της Βιβλιοθήκης. Τα μέλη που επιθυμούν για πρόσβαση εκτός Βιβλιοθήκης τότε να υπάρχει επιπλέον ετήσια χρέωση 20 ευρώ. Η Βιβλιοθήκη να δίνει τη δυνατότητα διαδανεισμού με τα έξοδα να τα επωμίζεται ο χρήστης και επιπλέον χρέωση ένα ευρώ για τα έξοδα επικοινωνίας της Βιβλιοθήκης με την άλλη Βιβλιοθήκη. Παράλληλα η Βιβλιοθήκη πρέπει να γίνει δέκτης δωρεών είτε βιβλίων είτε οικονομικής ενίσχυσης από πολίτες που ενδιαφέρονται για την πολιτιστική ανάπτυξη της πόλη.

5.1.3 Προώθηση

Για την προβολή της Βιβλιοθήκης οι υπεύθυνοι του τμήματος μάρκετινγκ πρέπει να δημιουργήσουν ένα μήνυμα το οποίο θα ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά και τις προτιμήσεις του κοινού στόχος. Το μήνυμα θα πρέπει να τραβήξει την προσοχή, να έχει ενδιαφέρον και να διεγείρει την περιέργεια ώστε να ωθήσει το κοινό να χρησιμοποιήσει τη Βιβλιοθήκη. Η επιλογή του μέσου θα γίνει καταρχάς με βάση το κόστος, το προφίλ και το μέγεθος του κοινού κάθε μέσου και ακολούθως κατά πόσο η εικόνα του μέσου συμβαδίζει με την εικόνα του μηνύματος που θα μεταδοθεί (Ανδρονικίδης, Ζαφειρίου 2009).

Η Βιβλιοθήκη μπορεί να προβληθεί με διάφορους τρόπους όπως:

5.1.3.1 Διαφήμιση

Στην περίπτωση της Βιβλιοθήκης επειδή θέλουμε να προσελκύσουμε όλους τους δημότες πρέπει να δημιουργήσουμε διαφορετικά μηνύματα τα οποία αρχικά να απευθύνονται στις ξεχωριστές ομάδες στόχο και κατόπιν σε όλο το κοινό. Πέραν αυτού η ίδια διαφήμιση να χρησιμοποιείται και στο ραδιόφωνο. Υποψήφιοι χρήστες οι οποίοι δεν παρακολουθούν τηλεόραση ή κατά τη διάρκεια των διαφημίσεων κάνουν zapping ενδεχομένως να την ακούσουν στο

ραδιόφωνο ή και αντίστροφα. Σε αυτό το σημείο η Βιβλιοθήκη για να διαφημίζεται χωρίς κόστος από τα Μέσα Επικοινωνίας ως αντάλλαγμα της διαφήμισης θα μπορούσε να τους αποκαλεί χορηγούς στις εκδηλώσεις που θα διοργανώνει.

Το μήνυμα που θέλουμε να προβάλλουμε να είναι προσεκτικά φτιαγμένο ώστε οι υποψήφιοι χρήστες να μην αντιμετωπίσουν αρνητικά τη διαφήμιση από τη Βιβλιοθήκη αλλά να τους δημιουργήσει το συναίσθημα να θέλουν να συμμετέχουν, να στηρίξουν τη Βιβλιοθήκη αλλά ταυτόχρονα να έχουν και οφέλη.

Ο τύπος από την άλλη είναι άλλο μέσο διαφήμισης που διαθέτει άλλο κύρος. Το κοινό είναι πιο συγκεκριμένο ενώ η ενημέρωση είναι σε βάθος για το προϊόν και τα χαρακτηριστικά του. Έτσι πρέπει να δημιουργηθεί ένα κείμενο που να επαινεί το υλικό της Βιβλιοθήκη και τις υπηρεσίες της.

Πέραν αυτών οι διαφημίσεις στις ιστοσελίδες και ιδιαίτερα στην ιστοσελίδα του δήμου είναι μια σύγχρονη μορφή διαφήμισης με ιδιαίτερη απήχηση στη νεολαία.

Μια άλλη μορφή διαφήμισης που τα τελευταία χρόνια έχει πάρει διαστάσεις είναι η γκρίζα διαφήμιση. Οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης μπορούν να απευθυνθούν σε μια κυπριακή σειρά, ιδιαίτερος αν η σειρά αναφέρεται στον Δήμο Πάφου και να ζητήσουν κατά τη διάρκεια της πλοκής να αναφερθούν στην Βιβλιοθήκη. Παρομοίως μπορεί να γίνει σε ενημερωτικές και ψυχαγωγικές εκπομπές.

Η φημολογία (Word of mouth promotion) μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αλληλεπίδραση των χρηστών. Η ικανοποίηση των χρηστών της είναι η μεγαλύτερη φήμη γιατί αλλιώς αυτού του είδους η διαφήμιση μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις.

Άλλες μορφές διαφήμισης που μπορεί να εκμεταλλευτεί η Βιβλιοθήκη είναι οι διαφημιστικές πινακίδες, αφίσες, αποστολή φυλλαδίων, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και μηνύματα μέσω κινητού τηλεφώνου.

Όσα περισσότερα μέσα χρησιμοποιήσει η Βιβλιοθήκη τόσο περισσότερους υποψήφιους χρήστες θα προσεγγίσει.

Τέλος οι υπεύθυνοι της Βιβλιοθήκης πρέπει να αποφασίσουν ποιος θα είναι ο διαφημιστικός εκπρόσωπος. Αγαπημένες διασημότητες του κοινού αποσπών την προσοχή και έχουν καλύτερα αποτελέσματα.

5.1.3.2 Ενέργειες προώθησης

Αυτού του είδους η προώθηση μπορεί να εφαρμοστεί στη Βιβλιοθήκη όπως για παράδειγμα η έκπτωση σε κάποιες ομάδες όπως μαθητές - φοιτητές, στρατιώτες, πολύτεκνοι, άνεργοι και ηλικιωμένοι οι οποίοι να έχουν μείωση 50% ενώ οι ενήλικες οι οποίοι δεν εντάσσονται σε αυτές τις κατηγορίες να πληρώνουν την καθορισμένη ετήσια συνδρομή. Επιπλέον να γίνεται ειδική προσφορά. Για παράδειγμα τις πρώτες 15 μέρες του νέου έτους όσοι γίνουν μέλη ή ανανεώσουν την εγγραφή τους να έχουν 50% έκπτωση.

5.1.3.3 Δημόσιες σχέσεις

Η εικόνα της Βιβλιοθήκης αναπτύσσεται μέσα από ένα ευρύ φάσμα πρακτικών όπως:

- Η διοργάνωση σεμιναρίων, ημερίδων, συνεδρίων
- Διοργανώσεις εκδηλώσεων με προβολή φωτογραφικού και οπτικοακουστικού υλικού με θέματα όπως τη φιλαγνοσία, κατεχόμενα χωριά και πόλεις της Κύπρου, αφιέρωμα σε κάποια προσωπικότητα, αφήγηση ιστοριών που να αφορούν την παλιά ζωή στην Πάφο. Κάθε βδομάδα να διοργανώνεται διαφορετική εκδήλωση ώστε να τραβήξει το ενδιαφέρον διαφόρων τύπων χρηστών.
- Η συμμετοχή σε κρατικά, ευρωπαϊκά και διεθνή προγράμματα θα βελτιώσει το κύρος της Βιβλιοθήκης
- Οι Εκθέσεις βιβλίων που να στηρίζονται σε συγκεκριμένο θέμα ή συγγραφέα
- Εκδήλωση για παρουσιάσεις βιβλίων. Ο συγγραφέας να παρουσιάζει το έργο του στο κοινό με καλεσμένους ομιλητές άτομα του καλλιτεχνικού κόσμου.
- Διάφοροι διαγωνισμοί όπως ποίηση, λογοτεχνία και ζωγραφική

- Συναθροίσεις όπου οι αναγνώστες βιβλίων θα συζητούν την άποψη τους για κάποιο βιβλίο ή για θέματα που τους ενδιαφέρουν
- Δημιουργία εκπαιδευτικών εργαστηρίων όπως εκμάθηση κάποιας γλώσσας, χρήση της Βιβλιοθήκης, εργαλεία δημιουργίας βιβλιογραφίας, παιδικά εργαστήρια
- Συνεντεύξεις αρμόδιων φορέων σε τηλεοπτικές ή ραδιοφωνικές εκπομπές. Οι φορείς που είναι αρμόδιοι τόσο για τον Δήμο όσο και για την Βιβλιοθήκη θα πρέπει να επικοινωνήσουν με εκπομπές που ασχολούνται με τα πολιτιστικά δρώμενα και να ενημερώσουν για την επαναλειτουργία της Βιβλιοθήκης. Θα πρέπει να επισημάνουν ότι η Βιβλιοθήκη λειτουργεί ανανεωμένη τόσο από πλευράς τεχνολογίας και εξοπλισμού όσο και από πλευράς υλικού. Το κοινό θα πρέπει να γνωρίζει ότι η Βιβλιοθήκη έχει εξελιχθεί σε μια σύγχρονη Βιβλιοθήκη που θα καλύπτει τις ποικίλες ανάγκες τους.
- Δημιουργία δελτίων τύπου για ενημέρωση του κοινού με ότι νεότερο απασχολεί την Βιβλιοθήκη
- Δωρεές βιβλίων σε σχολεία ή ιδρύματα. Τα βιβλία είτε να είναι από τα πολλαπλά αντίτυπα που έχει η Βιβλιοθήκη είτε από βιβλία που δεν χρησιμοποιούνται πλέον. Ακόμα η Βιβλιοθήκη μπορεί να παρακινήσει τους χρήστες της, βιβλία τα οποία δεν τα χρησιμοποιούν πλέον να τα κάνουν δωρεά.
- Κοινωνικά δίκτυα όπως twitter, facebook, instagram είναι οι σύγχρονοι τρόποι επικοινωνίας. Η Βιβλιοθήκη είναι απαραίτητο να έχει δικά της προφίλ στα κοινωνικά δίκτυα έτσι ώστε να συνομιλεί με τους χρήστες της και να τους πληροφορεί για ότι νέο την αφορά.

Σε κάθε ενέργεια για προώθηση της Βιβλιοθήκης τα ΜΜΕ πρέπει να παρίστανται για να γνωστοποιήσουν το γεγονός.

5.1.4 Τοποθεσία

Η Βιβλιοθήκη πρέπει να βρίσκεται σε προσιτή τοποθεσία ώστε να εξυπηρετεί σωστά την τοπική κοινότητα. Μια ΔΒ καλό είναι να στεγάζεται στο κέντρο της πόλης όπου μπορούν να διευκολυνθούν όλοι οι κάτοικοι της πόλης. Κοντά στη Βιβλιοθήκη πρέπει να βρίσκεται στάση λεωφορείου ώστε να διευκολυνθούν τα άτομα που δεν διαθέτουν δικό τους μεταφορικό μέσο αλλά και εύχρηστο χώρο

στάθμευσης για όσους διαθέτουν δικό τους αυτοκίνητο. Παράλληλα η Βιβλιοθήκη μπορεί να δημιουργήσει κινητή Βιβλιοθήκη η οποία θα μεταφέρεται σε απόμακρα χωριά στα οποία οι κάτοικοι δυσκολεύονται να επισκεφτούν τη Βιβλιοθήκη και σε περιοχές όπου συχνάζει νεολαία όπως καφετερίες και σινεμά . Η ευελιξία της κινητής Βιβλιοθήκης όσον αφορά τη διάρκεια και την τοποθεσία των στάσεων, των προϊόντων που προσφέρει ,την ικανότητα της να προσαρμόζεται στις μεταβαλλόμενες και αναδυόμενες ανάγκες καθώς και ένα όχημα για την παροχή αποτελεσματικής εξυπηρέτησης τότε το αποτέλεσμα θα είναι θεαματικό(Wadley, Broady & Hayward 1997). Το 2009 στις ΗΠΑ δημιουργήθηκαν κινητές Βιβλιοθήκες οι οποίες μεταφέρονταν σε πάρκα, καφετέριες ακόμα και στις μπροστινές αυλές σπιτιών. Δάνειζαν βιβλία και καλούσαν τους χρήστες να δωρίσουν και αυτοί βιβλία. Μέχρι τον Ιανουάριο του 2015 οι κινητές Βιβλιοθήκες αυξήθηκαν σε 22.000.Ταυτόχρονα το καλοκαίρι μπορεί να μεταφέρεται στις παραλίες όπως έπραξε η ΔΒ Λεμεσού τον Ιούλιο του 2015 σε συνεργασία με την IKEA οι οποίες διοργάνωσαν εκδήλωση με θέμα «Η Βιβλιοθήκη πάει παραλία». Η IKEA διαμόρφωσε ένα καλοκαιρινό, σκηνικό με έπιπλα και είδη διακόσμησης στο οποία φιλοξενήθηκαν 600 βιβλία. Το κοινό ανταποκρίθηκε θετικά σε αυτό το εγχείρημα.

5.1.5 Ανθρώπινο δυναμικό

Η ΔΒΠ για να πετύχει τους σκοπούς και τους στόχους της θα πρέπει να ξοδέψει χρόνο και χρήμα στην πρόσληψη κατάλληλου προσωπικού, στην εκπαίδευση του και στην παρακίνηση του. Ο ΔΠ θα πρέπει να προκήρυξη θέσεις εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού. Οι ενδιαφερόμενοι για τη θέση του βιβλιοθηκονόμου πρέπει να κατέχουν πανεπιστημιακό τίτλο σπουδών βιβλιοθηκονομίας ή συνδυασμένο με άλλη συναφή επιστήμη, άριστη γνώση ελληνικής γλώσσας, να γνωρίζουν καλά την αγγλική ενώ μια επιπλέον ευρωπαϊκή γλώσσα θεωρείται προτέρημα, πολύ καλή γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, διαδικτύου και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Επιπλέον πρέπει να είναι εχέμυθοι, να έχουν οργανωτική και διοικητική ικανότητα, υπευθυνότητα

και να είναι συνεργάσιμοι. Διάφορες ομάδες ατόμων όπως παιδιά, έφηβοι, ηλικιωμένοι, άτομα με ειδικές ανάγκες και ικανότητες χρειάζονται προσωπικό με ικανότητες και εκπαιδευμένο να χειρίζεται δύσκολες καταστάσεις γι' αυτό τα άτομα που απαρτίζουν τη Βιβλιοθήκη πρέπει να έχουν επαγγελματική εμπειρία και κατάρτιση, εκπαίδευση στην παροχή υπηρεσιών, επικοινωνιακή ικανότητα, εξυπηρετικοί, αποδοτικοί, ευγενικοί και ευπρεπή εξωτερική εμφάνιση. Επιπλέον το προσωπικό της Βιβλιοθήκης πρέπει να αναπτύξει δεξιότητες ώστε να γνωρίζει τι θέλει ο χρήστης όταν ο ίδιος δεν μπορεί να το εκφράσει σωστά και να παραπέμπει το χρήστη σε παρόμοια θέματα για να βρει τις πληροφορίες που χρειάζεται.

Γενικά οι βιβλιοθηκονόμοι χρειάζεται να είναι παράτολμοι και επινοητικοί στην κατανόηση του ρόλου τους και αποφασιστικοί στη δράση, να είναι οραματιστές στην κατανόηση του παρόντος και στην φαντασία για το μέλλον (Κατσιρίκου 2001). Συνήθως στις περιπτώσεις των δημοτικών Βιβλιοθηκών οι υπεύθυνοι στερούνται της φαντασίας και του οράματος. Παράλληλα τα άτομα που θα απαρτίζουν το λογιστήριο και την τεχνολογική υποστήριξη πρέπει να κατέχουν τα προσόντα για αυτές τις θέσεις. Σύμφωνα με την Μαρία Κορκίδη (2003), ο αριθμός των εργαζομένων απαιτείται να είναι ανάλογος του πληθυσμού, του μεγέθους της συλλογής και των δραστηριοτήτων της Βιβλιοθήκης.

Πέραν αυτών η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και η ικανοποίηση των χρηστών είναι ύψιστης σημασίας για την επιτυχία της Βιβλιοθήκης. Οι ανάγκες των χρηστών πρέπει να προσδιορίζονται όπως τις αντιλαμβάνονται οι ίδιοι και όχι όπως τις εκτιμά η Βιβλιοθήκη. Τέλος οι Βιβλιοθήκες ως μέρος μιας συνεχώς μεταβαλλόμενης κοινωνίας πρέπει κάθε τόσο να αναθεωρούν το ρόλο που διαδραματίζουν και το λόγο ύπαρξης τους, ακολουθώντας τις νέες τάσεις και τις ανάγκες των χρηστών τους (Ανδρέου 2000).

5.1.6 Χώρος

Η Βιβλιοθήκη πρέπει να στεγάζεται σε μεγάλο κτίριο κατάλληλα διαμορφωμένο για τις ανάγκες της. Ο εξωτερικός χώρος της Βιβλιοθήκης πρέπει να είναι

καταρχάς καθαρός. Επίσης πρέπει να είναι ένα κτίριο που να προσελκύει, να εξάπτει την φαντασία των πολιτών και να τραβά την προσοχή τους. Μια πρωτότυπη πινακίδα στην είσοδο του κτιρίου με ένα έξυπνο σλόγκαν (στιχάκι) από κάποιο γνωστό ποίημα ή λογοτέχνημα ως καλωσόρισμα του χρήστη ενδεχομένως να αυξήσει το αίσθημα χρησιμοποίησης της Βιβλιοθήκης. Επιπλέον τόσο η είσοδος της Βιβλιοθήκης όσο και το εσωτερικό της πρέπει να είναι διαμορφωμένα κατάλληλα για πρόσβαση ατόμων με ειδικές ανάγκες. Ακολούθως το εσωτερικό της Βιβλιοθήκης πρέπει να είναι καλόγουστο. Τα ράφια πρέπει να είναι μονίμως τακτοποιημένα και τα τεκμήρια στη σωστή τους θέση. Παράλληλα να υπάρχουν κατάλληλα διαμορφωμένοι χώροι για ξεχωριστές ανάγκες. Για παράδειγμα πρέπει να υπάρχει χώρος ομαδικής μελέτης. Έτσι αυτός ο χώρος πρέπει να βρίσκεται απομονωμένος ώστε να μην ενοχλούνται οι υπόλοιποι χρήστες. Επίσης πρέπει να υπάρχει ξεχωριστός χώρος όπου θα είναι για τη χρήση οπτικοακουστικού υλικού. Σε αυτό το χώρο πρέπει να υπάρχουν κομπιούτερ και κατάλληλος εξοπλισμός για άτομα με προβλήματα όρασης και ο κατάλληλος εξοπλισμός για την χρήση των DVD, CD-ROM, κασετών, βιντεοταινιών, microfilm και microfiche. Το παιδικό τμήμα πρέπει να είναι διαμορφωμένο ώστε να προσελκύει και να εξάπτει τη φαντασία των παιδιών. Μικρά τραπεζάκια και καρέκλες είναι απαραίτητες όπως επίσης και εξοπλισμός για ζωγραφιές και εκπαιδευτικά παιχνίδια. Ένας μεγάλος πίνακας ενδεχομένως να χρειαστεί στις εκδηλώσεις που θα αφορούν τα παιδιά. Πέραν αυτών η θερμοκρασία του χώρου να είναι κατάλληλη με την εποχή, ο φωτισμός ιδανικός για μελέτη, τα χρώματα της Βιβλιοθήκης να μην είναι κουραστικά και όλο το εσωτερικό της Βιβλιοθήκης να είναι καθαρό.

5.1.7 Διαδικασία

Η Βιβλιοθήκη πρέπει να ακολουθήσει τα παρακάτω για να είναι οι διαδικασίες αποτελεσματικές:

- η ιστοσελίδα της Βιβλιοθήκης να είναι πάντα ανανεωμένη ώστε ο χρήστης να παίρνει τις πληροφορίες που χρειάζεται

- διαδικασίες όπως ανανεώσεις βιβλίων, κρατήσεις, διαδανεισμός να γίνονται ηλεκτρονικά
- κάθε μέλος της Βιβλιοθήκης να έχει δικό του ηλεκτρονικό λογαριασμό ώστε να ξέρει πόσα βιβλία είναι δανεισμένα στο όνομα του, πότε πρέπει να επιστραφούν, πόσα ακόμα δικαιούται να δανειστεί
- διαδικασία on-line αίτησης κάρτας μέλους
- συχνή ενημέρωση ηλεκτρονικού καταλόγου της Βιβλιοθήκης με τις νέες προσκτήσεις
- ενημέρωση με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο τους χρήστες για τις νέες προσκτήσεις που τους ενδιαφέρουν
- εισηγήσεις χρηστών για βιβλία που τους ενδιαφέρουν
- υπηρεσίες όπως «ρώτα τον βιβλιοθηκονόμο»
- blog Βιβλιοθήκης όπου θα τους δίνεται η ανταλλαγής απόψεων, δυνατότητα κριτικής και αξιολόγησης βιβλίων

Η Βιβλιοθήκη θα πρέπει να ελέγξει τον χρόνο στον οποίο ζητούν μια υπηρεσία οι χρήστες. Για παράδειγμα την περίοδο των θρησκευτικών εορτών ζητούν θρησκευτικά βιβλία ή στις εξεταστικές περιόδους ζητούν εκπαιδευτικά βοηθήματα. Με αυτό τον τρόπο η Βιβλιοθήκη θα βελτίωση την αποτελεσματικότητα των υπηρεσιών της και θα φροντίσει οι χρήστες να βρίσκουν το υλικό που χρειάζονται.

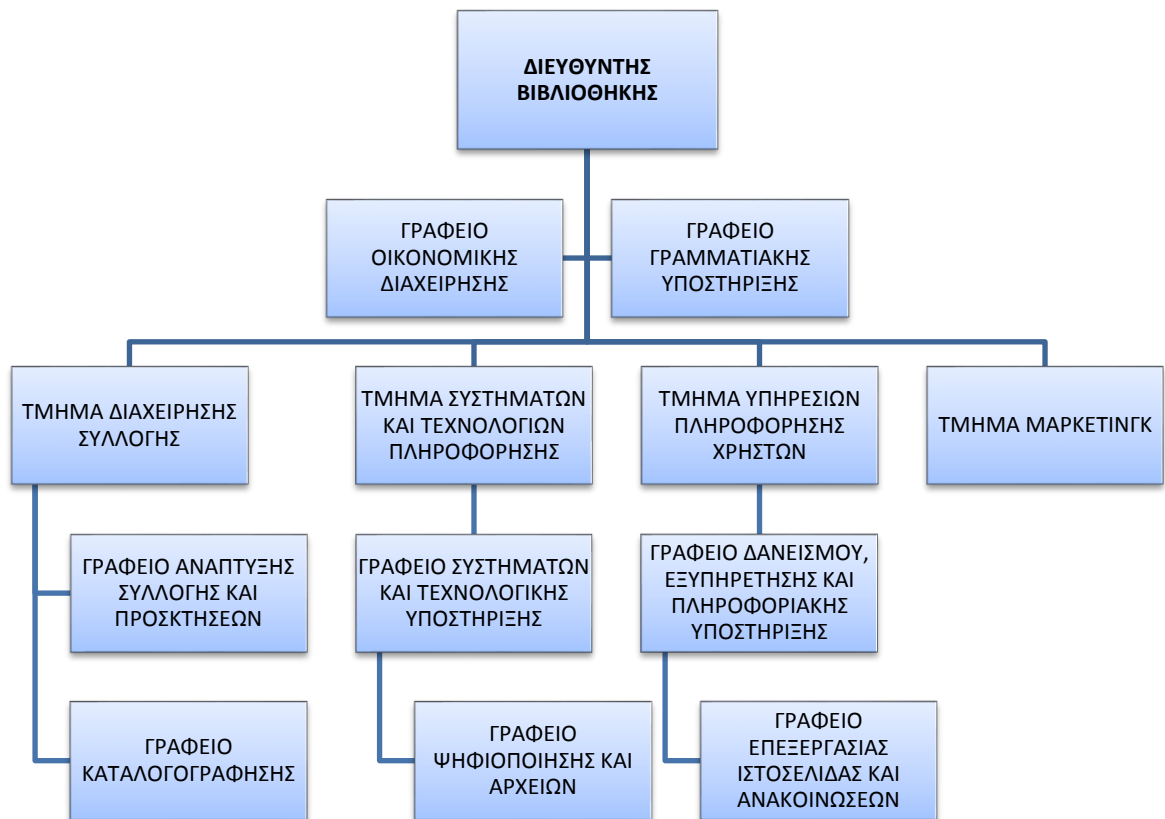
Επιπλέον ο χρήστης μπορεί να συμμετέχει στην παραγωγή της διαδικασίας. Η τεχνολογική ανάπτυξη προσφέρει τη δυνατότητα οι χρήστες να δανείζονται και να επιστρέφουν μόνοι τους τα βιβλία. Η στρατηγική αυτή προωθεί την ιδέα του self-service, δηλαδή καθιστά τον πελάτη περισσότερο υπεύθυνο για το αποτέλεσμα της εξυπηρέτησης που θα λάβει (Γούναρης 2003).

5.1.8 Οργανωτική δομή

Η Βιβλιοθήκη πρέπει να δημιουργήσει οργανωτική δομή όπου θα καθορίζονται τα καθήκοντα και οι δραστηριότητες του κάθε τμήματος. Η οργανωτική δομή είναι κρίσιμη υπόθεση για την επίτευξη των στόχων της Βιβλιοθήκης. Καθώς

μεταβάλλονται οι στόχοι, ο ανταγωνισμός και οι στρατηγικές πρέπει να μεταβάλλεται και η οργανωτική δομή. Τα άτομα που θα απαρτίζουν το κάθε τμήμα πρέπει να είναι εξειδικευμένα σε περιορισμένο αριθμό καθηκόντων επηρεάζοντας θετικά την παραγωγικότητα και αποτελεσματικότητα της εργασίας τους. Σημαντικό θέμα της οργάνωσης είναι ο έλεγχος. Κάθε τμήμα πρέπει να έχει τον προϊστάμενο του. Κάθε προϊστάμενος τμήματος πρέπει να ενημερώνει, λογοδοτεί και ελέγχεται από τον διευθυντή της Βιβλιοθήκης. Ταυτόχρονα οι προϊστάμενοι πρέπει να ελέγχουν τους υφιστάμενους του κάθε γραφείου. Θετικά αποτελέσματα θα υπάρχουν αν κάθε γραφείο έχει τον δικό του υπεύθυνο. Συγκεκριμένα στο ανώτερο επίπεδο είναι ο Διευθυντής της Βιβλιοθήκης που ελέγχει όλες τις λειτουργίες. Ακολούθως είναι η γραμματειακή υποστήριξη και το γραφείο οικονομικής διαχείρισης που θα απαρτίζονται από ένα άτομο αντίστοιχα. Ακολουθεί το τμήμα διαχείρισης συλλογής όπου θα υπάγονται σε αυτό το γραφείο ανάπτυξης συλλογής και προσκτήσεων που θα απαρτίζεται από 1 άτομο. Το γραφείο καταλογογράφησης θα διαθέτει 3 άτομα ενώ το γραφείο διαχείρισης ηλεκτρονικών πηγών θα έχει ένα άτομο. Στο τμήμα συστημάτων και τεχνολογιών πληροφόρησης θα υπάγεται το γραφείο ψηφιοποίησης και αρχείων με 2 άτομα και το γραφείο συστημάτων και τεχνολογικής υποστήριξης με ένα άτομο. Στο τμήμα υπηρεσιών πληροφόρησης χρηστών υπάγεται το γραφείο δανεισμού, εξυπηρέτησης και πληροφοριακής υποστήριξης. Αυτό το γραφείο χρειάζεται 3 άτομα να το απαρτίζουν. Ακολούθως στο ίδιο τμήμα υπάγεται το γραφείο επεξεργασίας ιστοσελίδας και ανακοινώσεων όπου θα έχει ένα άτομο. Τέλος δυο άτομα πρέπει να είναι στο τμήμα μάρκετινγκ.

Το οργανόγραμμα της Βιβλιοθήκης πρέπει να είναι όπως το ακόλουθο.



5.1.9 Αρμοδιότητες

Το σχέδιο δράσης για να πετύχει πρέπει τα άτομα που απαρτίζουν το κάθε τμήμα-γραφείο να είναι υπεύθυνα για κάποιες αρμοδιότητες. Η καταγραφή του τομέα ευθύνης κάθε γραφείου είναι από τις σημαντικότερες διαδικασίες. Κάθε άτομο πρέπει να είναι αρμόδιο και ειδικευμένο σε συγκεκριμένους τομείς ώστε να αποδίδει στο μέγιστο των δυνατοτήτων του. Επιπλέον με τη κατανομή αρμοδιοτήτων κάθε άτομο ξέρει τα καθήκοντα που του αναλογούν και παράλληλα διασφαλίζεται ο σωστός αριθμός προσωπικού και με τα κατάλληλα προσόντα σε κάθε θέση. Επίσης ο καθορισμός των καθηκόντων μεταδίδει στον εργαζόμενο το αίσθημα της συνεισφοράς, παρακινεί τους εργαζομένους να «κάνουν τη διαφορά». Οι τομείς ευθύνης θα καθορίζονται από τον Διευθυντή της Βιβλιοθήκης σε συνεργασία με τους υπεύθυνους των τμημάτων. Οι τρόποι

επίτευξης των αποτελεσμάτων θα πραγματοποιηθούν μέσω συνεργασίας των προϊστάμενων με των υφιστάμενων. Το προσωπικό δεν πρέπει απλώς να δέχεται εντολές από τους προϊστάμενους αλλά να είναι μια ομάδα συνεργατών που θα έχουν κοινό στόχο την υλοποίηση του σχεδίου.

Διευθυντής Βιβλιοθήκης: εποπτεία όλων των λειτουργιών που αφορούν τη Βιβλιοθήκη, αποφασίζει για δραστηριότητες που πρέπει να γίνουν, επικοινωνεί με ανώτερα στελέχη (κυβέρνησης, οργανισμών) για το συμφέρον της Βιβλιοθήκης, συντονισμό συστημάτων και δραστηριοτήτων της Βιβλιοθήκης, εισηγήσεις για συνεχή βελτίωση των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης, σωστή αξιοποίηση ανθρώπινων πόρων, δημιουργία δικτύων συνεργασίας.

Αναλαμβάνει πρωτοβουλίες για την ετοιμασία και προώθηση προς υιοθέτηση από τη Βιβλιοθήκη, επιχειρησιακών σχεδίων καθώς και εισηγήσεων για τη διεύρυνση της πρόσβασης και τη συνεχή βελτίωση των υπηρεσιών οργάνωσης και αξιοποίησης της επιστημονικής γνώσης, των μεθόδων και διαδικασιών που ακολουθούνται, την καλύτερη αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων της Βιβλιοθήκης καθώς και της πολιτισμικής κληρονομιάς του Πανεπιστημίου. Αξιολογεί την αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα των υπηρεσιών και του ανθρώπινου δυναμικού, δημιουργία ετήσιου απολογισμού της Βιβλιοθήκης, καθορίζει με σαφήνεια τους στόχους του κάθε τμήματος, παρακίνηση προσωπικού.

Γραφείο οικονομικής διαχείρισης: αρμόδιο τόσο για τις πληρωμές του προσωπικού όσο και άλλων ενεργειών που χρεώνεται η Βιβλιοθήκη, δημιουργία λογιστικών καταστάσεων, ετοιμασία φορολογικών καταστάσεων, παρακολούθηση προϋπολογισμού, παραλαβή εσόδων.

Γραφείο γραμματειακής υποστήριξης: φροντίζει για την καλή οργάνωση του γραφείου, συντάσσει και διορθώνει έγγραφα και επιστολές, φροντίζει για τη διακίνηση και διαχείριση αλληλογραφίας, ταξινομεί και αρχειοθετεί την αλληλογραφία, καταρτίζει το ημερήσιο πρόγραμμα του διευθυντή και του υπενθυμίζει τις καθημερινές του υποχρεώσεις, αναλαμβάνει τις τηλεφωνικές και

ηλεκτρονικές επικοινωνίες και απαγορεύει την είσοδο στον διευθυντή χωρίς την έγκριση του, αναλαμβάνει πρωτοβουλίες.

Γραφείο ανάπτυξης συλλογής και προσκτήσεων: είναι αρμόδιο να ενημερώνετε για τις ανάγκες των χρηστών, να παρακολουθεί τις νέες εκδόσεις, παραγγελίες υλικού όχι μόνο σε έντυπη αλλά και σε ηλεκτρονική μορφή, επιλογή και επικοινωνία με προμηθευτές, παραλαβή και έλεγχος και καταγραφή του νέου υλικού, εντολή πληρωμής προμηθευτή, αποστολή υλικού για καταλογογράφηση.

Γραφείο καταλογογράφησης: υπεύθυνο για τη καταλογογράφηση υλικού, έλεγχος των εγγραφών, εφαρμογή βιβλιογραφικών προτύπων, έλεγχος ηλεκτρονικών βιβλίων και περιοδικών

Γραφείο συστημάτων και τεχνολογικής υποστήριξης: παρέχει τεχνική υποστήριξη, αναζήτηση κατάλληλου εξοπλισμού, συνεργασία με άλλες Βιβλιοθήκες για αγορά εξοπλισμού και βιβλιοθηκονομιών συστημάτων, εγκατάσταση προγραμμάτων, πειραματική εφαρμογή προγραμμάτων και συστημάτων, παραμετροποίηση συστημάτων ανάλογα με τις ανάγκες της Βιβλιοθήκης

Γραφείο ψηφιοποίησης και αρχείων: αρμόδιο για ψηφιοποίηση ηχοκασέτων, βιντεοταινιών, βιβλίων, περιοδικών, εγγράφων, φωτογραφιών, αρνητικά φωτογραφιών, διαφάνειες, microfilm, microfiche, δημιουργία ψηφιακών συλλογών, ψηφιοποίηση αρχείων, ενημέρωση για πνευματικά δικαιώματα που αφορούν τη ψηφιοποίηση, εντοπισμός και επικοινωνία με δωρητές αρχείων, δημιουργία

Γραφείο δανεισμού, εξυπηρέτησης και πληροφοριακής υποστήριξης: δανεισμός υλικού, ανανεώσεις, κρατήσεις υλικού, ενημέρωση για καθυστέρηση υλικού τους χρήστες, παραλαβή επιστροφών, παραλαβή προστίμων, βιβλιογραφική καθοδήγηση, καθοδήγηση χρήσης ηλεκτρονικού καταλόγου, ξεναγήσεις εντός της Βιβλιοθήκης, καθοδήγηση για δημιουργία βιβλιογραφίας, ταξινόμηση βιβλίων.

Γραφείο επεξεργασίας ιστοσελίδας και ανακοινώσεων: επικοινωνία και ενημέρωση χρηστών μέσω εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης, ανανέωση ιστοσελίδας, διαχείριση εργαλείου «Ρωτήστε το βιβλιοθηκονόμο»

Τμήμα Μάρκετινγκ: αναλαμβάνει πρωτοβουλίες, έρευνα αγοράς, ετήσια σύνταξη ερωτηματολογίου για τις ανάγκες και την άποψη των χρηστών, φροντίζει για τη προώθηση της Βιβλιοθήκης μέσω εκδηλώσεων και διαφημίσεων, εντοπισμός χορηγών, ετοιμασία στρατηγικού σχεδίου άμεσα συνυφασμένο με την προώθηση της αποστολής της ΔΒΠ.

Οι υπεύθυνοι κάθε τμήματος πρέπει να παίρνουν μέρος στις αποφάσεις που λαμβάνονται γιατί τα τμήματα είναι αλυσίδα και επηρεάζονται μεταξύ τους. Επίσης καλό θα είναι να συμμετέχει και ο υφιστάμενος στην απόφαση που αφορά την εργασία του αφού αυτός γνωρίζει καλύτερα τον τομέα εργασίας του και τις επιπτώσεις των αποφάσεων. Εκτός αυτού του δίνει την ικανοποίηση να συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων.

5.1.10 Συνεργασίες

Βασικό στοιχείο για την επιτυχία ενός οργανισμού και κατ' επέκταση στον κλάδο των Βιβλιοθηκών είναι η συνεργασία. Η ΔΒΠ, πέτυχε την επαναλειτουργία της χάρη στη συνεργασία της ανάμεσα στην ΚΕΒΕΠ, στη ΒΠΚ και τη Βιβλιοθήκη του ΤΕΠΑΚ. Η ΚΕΒΕΠ ανέλαβε όλο το στρατηγικό σχέδιο και την υλοποίηση, η Βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Κύπρου συνέβαλε στην αρχική σύνταξη του σχεδίου, στον καταρτισμό των πολιτικών λειτουργίας της Δημοτικής Βιβλιοθήκης καθώς και στην ψηφιοποίηση σημαντικών τεκμηρίων της συλλογής για τη διάθεση τους στο ευρύ κοινό και η Βιβλιοθήκη του ΤΕΠΑΚ παρείχε τις υποδομές φιλοξενίας και των λογισμικών, ενώ η Βιβλιοθήκη του Ανοικτού Πανεπιστημίου συνέβαλε στη διαμόρφωση των πολιτικών καταλογογράφησης και διαδικασιών.

Επίσης, μέσω της συνεργασίας της Βιβλιοθήκης με τις Βιβλιοθήκες των Δημόσιων Ακαδημαϊκών Ιδρυμάτων θα συμβάλει τόσο στη μεταφορά

τεχνογνωσίας, όσο και να ενταχθεί ο κατάλογος της Βιβλιοθήκης στο Συλλογικό Κατάλογο Κυπριακών Βιβλιοθηκών. Παράλληλα θα έχει τη δυνατότητα να συμμετέχει σε δίκτυο διαδανεισμού.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, η συνεργασία είναι απαραίτητη τόσο για οικονομικούς όσο και για πολιτικούς λόγους. Οι Δημοτικές Βιβλιοθήκες της Κύπρου δεν διαθέτουν τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους για να καταστούν δυναμικά κέντρα πληροφόρησης. Επομένως η συνεργασία της ΔΒ με άλλες κατηγορίες Βιβλιοθηκών είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη κοινών υποδομών, αντιμετώπιση των συνεπειών της οικονομικής κρίσης στην ανάπτυξη των Δημοτικών Βιβλιοθηκών της Κύπρου. Γι' αυτό το λόγο η Βιβλιοθήκη πρέπει να συμβάλει στη δημιουργία ενός σχεδίου για συνεργασία ανάμεσα σε όλες τις Βιβλιοθήκες της Κύπρου ανεξαρτήτως είδους Βιβλιοθήκης. Η συμμαχία για προώθηση των υπηρεσιών θα ισχυροποιήσει τη θέση της Βιβλιοθήκης τόσο στην κοινωνία της Πάφου όσο και στην ευρύτερη κοινωνία της Κύπρου. Επίσης η συμμετοχή της Βιβλιοθήκης στη συμμαχία διαχειριστικής υποστήριξης θεωρείται απαραίτητη. Για παράδειγμα, δημιουργήθηκε κοινοπραξία των Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών της Κύπρου που σε συνεργασία με τις Κυπριακές Βιβλιοθήκες δημιούργησαν τον Συλλογικό Κατάλογο Κυπριακών Βιβλιοθηκών ο οποίος στηρίζεται σε τεχνογνωσία, συντήρηση, υποστήριξη και εγκατάσταση από την κοινοπραξία. Επίσης τα μέλη της κοινοπραξίας έχουν κοινή συνδρομή και πρόσβαση σε ηλεκτρονικές πηγές πληροφόρησης. Επομένως η Βιβλιοθήκη εκμεταλλευόμενη αυτή τη συνεργασία εξοικονομεί πόρους και χρόνο του ανθρώπινου δυναμικού της, ενισχύει τις υπηρεσίες ενώ ταυτόχρονα ενδυναμώνει τις υπηρεσίες της και την εξυπηρέτηση των χρηστών της και την κάλυψη των πληροφοριακών αναγκών τους. Παρομοίως θα μπορούσε η Βιβλιοθήκη να συνεργαστεί με άλλες Βιβλιοθήκες ανεξαρτήτου είδους για την εξυπηρέτηση των μελών της. Δηλαδή τα μέλη της Βιβλιοθήκης που θα ανήκουν στην κοινοπραξία να μπορούν να επισκέπτονται και να δανείζονται από άλλες Βιβλιοθήκες της κοινοπραξίας χωρίς να αναγκαστούν να γίνουν μέλη της άλλης Βιβλιοθήκης. Άλλη μέθοδος συνεργασίας είναι ο διαδανεισμός τεκμηρίων ανάμεσα στις Βιβλιοθήκες. Με αυτό τον τρόπο η

Βιβλιοθήκη θα δανείζεται για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα από άλλη Βιβλιοθήκη το τεκμήριο που χρειάζεται αφήνοντας έτσι το χρήστη ευχαριστημένο από τις υπηρεσίες της. Πέραν αυτών η ανάληψη πρωτοβουλίας για συνεργασία με διάφορους φορείς ή τοπικά εκπαιδευτικά ιδρύματα για ανάδειξη του πολιτισμού της Πάφου ή ενίσχυση της εκπαίδευσης. Σύμφωνα με τον Φίλιππο Τσιμπόγλου (2011) μέσα από τη συνεργασία αλλά και την συνεργεία τόσο μεταξύ των ομολόγων Βιβλιοθηκών εντός μιας κατηγορίας, όσο και με την συνεργεία διαφορετικών κατηγοριών, θα προκύψει το όφελος και για τη μεμονωμένη Βιβλιοθήκη και για τη κατηγορία Βιβλιοθηκών αλλά και για το σύνολο των Βιβλιοθηκών του Εθνικού συστήματος.

Γενικά η Βιβλιοθήκη πρέπει να σκέφτεται δημιουργικά, να επινοεί συνεργασίες και ομοίως να συμμετέχει στις υπάρχουσες συνεργασίες των Βιβλιοθηκών για να είναι αποτελεσματική και επιτυχημένη.

5.1.11 Ικανοποίηση χρηστών

Η Βιβλιοθήκη θα πρέπει να καταλάβει τι σκέφτονται οι χρήστες, τι θέλουν, τι κάνουν και τι ανησυχίες έχουν. Γι' αυτό το λόγο η Βιβλιοθήκη για να επιτύχει πρέπει να παρακολουθεί τις προσδοκίες των χρηστών της, τις εκλαμβανόμενες επιδόσεις της και την ικανοποίηση του χρήστη. Σήμερα οι χρήστες έχουν μεγαλύτερες απαιτήσεις από τις Βιβλιοθήκες σε σχέση με τα παλαιότερα χρόνια. Εκτός αυτού η Βιβλιοθήκη αν θέλει να πετύχει και να παραμείνει στις προτιμήσεις των χρηστών, πρέπει να μην επαναπαύεται αν οι χρήστες είναι ικανοποιημένοι, αλλά να προβλέψει τις επόμενες ανάγκες που θα προκύψουν. Ακολούθως κύριο μέλημα της Βιβλιοθήκη πρέπει να είναι η ειλικρινής και παροδική επικοινωνία με τους χρήστες της για να ενημερωθεί για τις ανάγκες τους και τις προσδοκίες τους. Επίσης η σωστή και ποιοτική εξυπηρέτηση τους από την πρώτη φορά είναι μείζονος σημασίας καθώς και η προσπάθεια εντυπωσιασμού τους. Χρήστες οι οποίοι δεν μείνουν ικανοποιημένοι από τη Βιβλιοθήκη θα κάνουν δυσμενή σχόλια και θα πλήξουν τη φήμη της. Επίσης πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στα παράπονα των χρηστών. Όταν

διαπιστώσουν οι χρήστες ότι το παράπονο τους λήφθηκε υπόψη και έγιναν οι απαραίτητες διαδικασίες για επίλυση του προβλήματος τότε πιθανόν να αφοσιωθούν στη Βιβλιοθήκη περισσότερο από εκείνους που δεν παραπονέθηκαν ποτέ. Σύμφωνα με τους Kotler και Keller (2006) ένας ικανοποιημένος πελάτης, μιλάει κατά μέσο όρο, σε τρία άτομα για την καλή εμπειρία του σε αντίθεση με ένα δυσαρεστημένο πελάτη που μεταφέρει τις κακές του εντυπώσεις σε έντεκα άτομα. Παράλληλα προσπάθεια για την ικανοποίηση του χρήστη επιτυγχάνεται αν γνωρίζει το τμήμα μάρκετινγκ της Βιβλιοθήκης, τη συμπεριφορά των χρηστών μέσω γεγονότων αντί υποθέσεων. Ακολουθώντας η αξιοπιστία του προσωπικού της Βιβλιοθήκης και η ικανότητα του να καθοδηγεί σωστά το χρήστη στην αναζήτηση υλικού και στην έρευνα του είναι από τα βασικά που ζητά ο χρήστης.

Τέλος, η Βιβλιοθήκη πρέπει να αναπτύξει ισχυρούς δεσμούς και αφοσίωση με τους χρήστες. Αυτό πραγματοποιείται με την αναγνώριση των αναγκών και προτιμήσεων του κάθε χρήστη ξεχωριστά.

5.1.12 Προϋπολογισμός

Κάθε χρόνο το κράτος και η κυβέρνηση εγκρίνουν και καταθέτουν στις Δημοτικές Βιβλιοθήκες προϋπολογισμό οποίος έγκειται με σοβαρές κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές διαστάσεις γιατί αποδεικνύει τις πολιτικές προτεραιότητες και επιλογές. Έπειτα η Βιβλιοθήκη πρέπει να δημιουργήσει τον δικό της ετήσιο προϋπολογισμό ώστε να προφυλαχτεί από οικονομικές κακομεταχειρίσεις. Ο προϋπολογισμός δείχνει πως θα κατανεμηθούν οι πόροι στο κάθε τμήμα ξεχωριστά ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι τόσο του τμήματος όσο και της Βιβλιοθήκης. Επίσης ο προϋπολογισμός θέτει περιορισμούς ώστε η Βιβλιοθήκη να μην παρεκκλίνει της πορείας της. Επίσης είναι κριτήριο για τη μέτρηση της απόδοσης και ανίχνευσης των αποκλίσεων από τους στόχους που έχει θέσει η Βιβλιοθήκη. Οι προβλέψεις για το εκτιμώμενο κόστος πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο κοντά στο πραγματικό κόστος ώστε να μην υπερβεί το εκτιμώμενο. Οι αρμόδιοι πρέπει να κάνουν λεπτομερή περιγραφή για τα έξοδα

που απαιτούνται. Σε αυτά περιέχονται τα «άμεσα κόστη» ενώ τα έμμεσα είναι συνηθισμένα κόστη όπως νερό και τηλέφωνο. Οι μισθοί του προσωπικού και τα επιδόματα δεν συμπεριλαμβάνονται στον προϋπολογισμό της Βιβλιοθήκης γιατί ανήκει στον Δημόσιο τομέα και είναι ευθύνη των κυβερνητικών φορέων.

Ο προϋπολογισμός της Βιβλιοθήκης για καλύτερο προγραμματισμό θα περιλαμβάνει:

Άμεσα κόστη (€)	
Ανανέωση συλλογής	2000
Εκπαίδευση προσωπικού	1000
Αγορά εξοπλισμού	2000
Επισκευή εξοπλισμού	800
Διοργάνωση εκδηλώσεων/σεμινάρια	1000
Κοινοπραξία για ηλεκτρονικά περιοδικά, βιβλία, Βάσεις Δεδομένων	1500
Έμμεσα κόστη (€)	
Νερό	600
Τηλεπικοινωνίες	1000
Ηλεκτρικό ρεύμα	1500
Θέρμανση	1500
ΣΥΝΟΛΟ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΕΚΠΡΩΩΝ	12.900
Έσοδα (€)	
Κρατική χορηγία	2000

Δημοτική χορηγία	5000
Εγγραφή μελών	2000
Διαδανεισμό	500
Βάσεις Δεδομένων	2000
Καθυστερήσεις υλικού	1000
Φωτοτυπικές μηχανές	2000
ΣΥΝΟΛΟ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΕΙΣΡΟΩΝ	14.500
ΚΑΘΑΡΕΣ ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ (€)	1600

Κεφάλαιο 6

Συμπέρασμα και εισηγήσεις

Οι αντιλήψεις για τις Βιβλιοθήκες έχει αλλάξει και δεν επικρατεί η στερεότυπη άποψη ότι οι Βιβλιοθήκες είναι μόνο ράφια με βιβλία. Στη σύγχρονη εποχή οι Βιβλιοθήκες έχουν αναπτυχθεί και προσφέρουν ποικιλία υπηρεσιών. Στόχος τους δεν είναι μόνο η προσέλκυση χρηστών και η ικανοποίηση τους αλλά η αναζήτηση πόρων για τη βιωσιμότητα τους. Επιτακτική είναι λοιπόν η ανάγκη, οι Βιβλιοθήκες να αναπτύξουν και να εφεύρουν τρόπους ώστε να εκπληρώσουν την αποστολή και τους στόχους τους. Το πλάνο Μάρκετινγκ καθίσταται πλέον απαραίτητο για να προγραμματιστούν οι ενέργειες που πρέπει να ακολουθήσουν οι Βιβλιοθήκες ώστε να προσφέρουν αποδοτικότερα τις υπηρεσίες τους.

Το μάρκετινγκ στη σημερινή εποχή με την ανάπτυξη των Βιβλιοθηκών και του όγκου των πληροφοριών καλείται να διαδραματίσει σπουδαίο ρόλο. Είναι απαραίτητο η ΔΒΠ να αναλύσει τις ανάγκες των δημοτών της και να παρέχει νέες υπηρεσίες που να συμβαδίζουν με την εξέλιξη της εποχής. Χρησιμοποιώντας τις τεχνικές του μάρκετινγκ η ΔΒΠ θα είναι σε θέση αξιοποιήσει πιο σωστά τις υπηρεσίες της. Στρέφοντας το ενδιαφέρον τους στις ανάγκες των πολιτών, οι αρμόδιοι της Βιβλιοθήκης θα αναγκαστούν να υιοθετήσουν το μάρκετινγκ για τη σωστή λειτουργία της Βιβλιοθήκης και τη προσέγγιση χρηστών.

Οι αρμόδιοι της Βιβλιοθήκης έχουν καθήκον να βλέπουν μπροστά και θέτουν στόχους. Θέτοντας τους στόχους της η Βιβλιοθήκης πρέπει να τους πραγματοποιεί σε συγκεκριμένα χρονικά πλαίσια. Για καλύτερη εκπλήρωση και παρακολούθηση τους θα πρέπει να ανατεθούν τα καθήκοντα στο προσωπικό το οποίο όμως θα πρέπει να τύχει εκπαίδευσης για να επιτευχθούν τα επιθυμητά

αποτελέσματα. Το προσωπικό της Βιβλιοθήκης πρέπει να λαμβάνει τα απαραίτητα εφόδια για αποτελεσματικότητα και ανάπτυξη των δεξιοτήτων του. Το προσωπικό της Βιβλιοθήκης άλλωστε, είναι από τους πιο βασικούς παράγοντες για την εύρυθμη λειτουργία και την επιτυχία της. Ο Δήμος Πάφου θα πρέπει να επενδύσει πάνω τους επιλέγοντας άτομα με όραμα και ικανά να φέρουν εις πέρας την αποστολή της Βιβλιοθήκης. Επίσης, στο προσωπικό της Βιβλιοθήκης πρέπει να αναπτυχθεί το αίσθημα διαρκούς μάθησης και αποδοχή της αλλαγής.

Η υιοθέτηση της τεχνολογίας είναι μείζονος σημασίας για τη βιωσιμότητα και ανάπτυξη της Βιβλιοθήκης γι' αυτό το λόγο πρέπει να είναι ενήμερη για τις εξελίξεις στον τεχνολογικό τομέα. Η εισαγωγή της νέας τεχνολογίας θα έχουν ως αποτέλεσμα τη παροχή καινοτόμων υπηρεσιών οι οποίες θα εξυπηρετούν τις απαιτούμενες ανάγκες. Πέραν αυτού όμως, η ΔΒΠ θα πρέπει να διαθέτει προσωπικό το οποίο να είναι ικανό στη διαχείριση της τεχνολογίας και ικανό να προσαρμόζεται στις αλλαγές που επιφέρει η τεχνολογία.

Επίσης η ΔΒΠ πρέπει να αντιλαμβάνεται τις αλλαγές στους δημογραφικούς-πολιτικούς-κοινωνικούς-οικονομικούς-τεχνολογικούς-νομικούς-περιβαλλοντικούς παράγοντες και τις αλλαγές του περιβάλλοντος σχετικά με τον οργανισμό, τους προμηθευτές, τους χρήστες και τους ανταγωνιστές που πιθανόν να έρθει αντιμέτωπη και να είναι προετοιμασμένη να τις αντιμετωπίσει. Παράλληλα η ΔΒΠ πρέπει να συμμορφώνεται και να ενημερώνει τους χρήστες για τους νόμους που διέπουν τα πνευματικά δικαιώματα και λειτουργεί με περιβαλλοντική ευσυνειδησία ενδυναμώνοντας το κύρος της στη τοπική κοινωνία. Πέραν αυτών η Βιβλιοθήκη πρέπει να ενημερώσει τους πολίτες για την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχει και να προβάλλει τον ρόλο που διαδραματίζει στην ανάπτυξη του πολιτισμού της τοπικής κοινωνίας.

Η υπεύθυνη κοινωνική συμπεριφορά μιας Βιβλιοθήκης είναι σημαντικό να προσαρμόζεται στις ανάγκες και τα προβλήματα της κάθε τοπικής κοινωνίας, και κατά συνέπεια, να εξειδικεύεται διαφορετικά, ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες, που εκείνη παρουσιάζει (Γεωργακοπούλου 2009). Η Βιβλιοθήκη πρέπει να

διαθέσει στους πολίτες πληροφοριακό υλικό σύμφωνα με τις ανάγκες τους και τους ενημερώσει για τις λειτουργίες που διαδραματίζονται. Πέραν αυτού η ΔΒΠ επιβάλλεται να συμμετέχει στα πολιτισμικά δρώμενα της πόλης διοργανώνοντας εκδηλώσεις με στόχο την ανάδειξη του πολιτιστικού της πλούτου και την αξιοποίηση του.

Ο χώρος της Βιβλιοθήκης πρέπει να εξυπηρετεί τις λειτουργικές και πληροφοριακές ανάγκες της. Το υπάρχον κτίριο της Βιβλιοθήκης είναι αρκετά μικρό και δεν μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη της Βιβλιοθήκης τόσο από πλευράς υλικού όσο και από πλευράς τεχνολογικού εξοπλισμού. Η Βιβλιοθήκη πρέπει να στεγαστεί σε μεγαλύτερο κτίριο ή να επεκταθεί και να διαμορφωθεί κατάλληλα ώστε να προνοεί μεταγενέστερες ανάγκες της.

Παράλληλα η ΔΒΠ για να είναι αποτελεσματική στην παροχή υπηρεσιών και εξυπηρέτησης των χρηστών πρέπει να ενημερώνεται διαρκώς για το βαθμό ικανοποίησης τους σχετικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τις πληροφοριακές τους ανάγκες. Για την επίτευξη αυτού, η Βιβλιοθήκη πρέπει να πραγματοποιεί έρευνα σε χρονιαία βάση. Επίσης στη Βιβλιοθήκη πρέπει να είναι τοποθετημένο κουτί στο οποίο οι χρήστες της Βιβλιοθήκης θα υποβάλλουν τα παράπονα και τις εισηγήσεις τους.

Συνολικά η ΔΒΠ πρέπει να επικεντρωθεί στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, στην ικανοποίηση των αναγκών των χρηστών και στην εικόνα της,

Παράρτημα Α

Έρευνα

A.1 Σκοπός έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι η συλλογή πληροφοριών οι οποίες θα καταδείξουν από διάφορες ομάδες ατόμων την αντίληψη τους για τη Βιβλιοθήκη. Η έρευνα είναι από τις σημαντικότερες ενέργειες που πρέπει να καθιερώσει η Βιβλιοθήκη με στόχο να τη βοηθήσει να πάρει τις κατάλληλες αποφάσεις και να ανακαλύψει τυχόν κενά που υπάρχουν στο εσωτερικό της. Με την έρευνα συλλέγονται πληροφορίες για τις ανάγκες των χρηστών, τις προσδοκίες τους και γενικά τη διάθεση των χρηστών και μη χρηστών να χρησιμοποιήσουν τη Βιβλιοθήκη. Στη σημερινή εποχή οι χρήστες γίνονται όλο και περισσότερο απαιτητικοί, έτσι οι Βιβλιοθήκες επιβάλλεται να αξιοποιήσουν κάθε πληροφορία η οποία μπορεί να συμβάλει και να διατηρήσει μια επιτυχημένη πορεία. Για την έρευνα επιλέχθηκαν άτομα από επτά διαφορετικές ομάδες τα οποία θεωρήθηκε ότι η άποψη τους μπορεί να συμβάλει στη συνολική ανάπτυξη της Βιβλιοθήκης.

Η έρευνα αποσκοπεί στην άποψη των διαφόρων ομάδων σχετικά με τη Βιβλιοθήκη, τους τρόπους ανάπτυξης και προώθησης της. Επιδιώκεται απάντηση στο τι ζητά το κοινό της Πάφου από τη Βιβλιοθήκη.

A.2 Μεθοδολογία έρευνας

Η παρούσα έρευνα συγκαταλέγεται στην ποιοτική έρευνα. Επιλέχθηκε αυτού του είδους έρευνα διότι η Βιβλιοθήκη παρέμεινε για κάποια χρόνια εκτός λειτουργίας και πρόσφατα επαναλειτούργησε. Έτσι θεωρήθηκε δύσκολο να συλλέγουν πληροφορίες από πολλούς χρήστες ενώ ταυτόχρονα μέσω της

ποιοτικής έρευνας δίνεται η δυνατότητα ανάκτησης περισσότερων πληροφοριών και η κατανόηση τους σε βάθος. Λόγω των διάφορων ομάδων στους οποίους θα γινόταν η συνέντευξη, οι ερωτήσεις ήταν διαφορετικές και προσαρμόζονταν στα δεδομένα της κάθε ομάδας. Επιλέχθηκε η συνέντευξη σε βάθος καθώς δόθηκε η δυνατότητα να συλλεχθούν ποικίλες πληροφορίες οι οποίες δεν θα ήταν δυνατό να συγκεντρωθούν με τη μορφή του ερωτηματολογίου.

A.3 Δείγμα έρευνας

Η Βιβλιοθήκη για να καταστεί κέντρο έρευνας και ανάπτυξης ενός πολιτισμού χρειάζεται την άποψη διαφορετικών ομάδων ατόμων όπου θα αποτυπώνονται οι προτιμήσεις τους, οι επιθυμίες τους, ο τρόπος και οι ανάγκες μελέτης ή ψυχαγωγίας τους. Έτσι πάρθηκε συνέντευξη σε εκπαιδευτικούς τόσο από κανονικό όσο και από ειδικό σχολείο (παιδιά με ειδικές ανάγκες) αφού οι Βιβλιοθήκες είναι συνυφασμένες με τα σχολεία και πρέπει να αλληλοϋποστηρίζονται. Επίσης πάρθηκε συνέντευξη από αυτά τα άτομα για να διαπιστωθούν οι ανάγκες των μαθητών και τρόποι προσέλκυσης τους. Ταυτόχρονα οι μαθητές με ειδικές ανάγκες έχουν ίσο δικαίωμα στη μάθηση και ψυχαγωγία με τους υπόλοιπους μαθητές γι' αυτό επιλέχθηκαν οι εκπαιδευτικοί τους, για να καταδείξουν τις ιδιαίτερες ανάγκες που ενδέχεται να έχουν όπως και τρόποι προσέλκυσης τους. Παράλληλα πάρθηκε συνέντευξη από άτομα που εργάζονται στο ΔΠ επειδή συμμετέχουν στις αποφάσεις του Δήμου και οι απόψεις τους είναι καίριας σημασίας για τη Βιβλιοθήκη. Από την άλλη οι συνεργάτες της ΚΕΒΕΠ συνέβαλαν στην ολοκλήρωση του έργου έφεραν απόψεις ως προς την αποπεράτωση του, έχουν πιο άμεση σχέση με τη Βιβλιοθήκη, διοργάνωσαν εκδηλώσεις και συνομιλούσαν με χρήστες και ενημερώνονταν για τις ανάγκες τους. Ταυτόχρονα στη συνέντευξη συμμετείχε το άτομο που αντικατέστησε τους συνεργάτες της ΚΕΒΕΠ στη ΔΒΠ γιατί ως προσωπικό πλέον της Βιβλιοθήκης γνωρίζει τι ζητούν οι χρήστες. Ακόμη πάρθηκε συνέντευξη από τα μέλη του Δ.Σ της ΚΕΒΕΠ που ανέλαβαν την

οργάνωση του έργου, δημιούργησαν στρατηγικό σχέδιο, χρονοδιαγράμματα, εκδηλώσεις και κατάφεραν να εκπληρώσουν με επιτυχία το σκοπό τους. Τέλος, οι χρήστες της Βιβλιοθήκης είναι μείζονος σημασίας για τη βιωσιμότητα της Βιβλιοθήκης. Η άποψη τους και οι προτιμήσεις τους είναι αυτό που ενδιαφέρει πρωτίστως τη Βιβλιοθήκη.

ΠΡΟΦΙΛ ΔΣ ΚΕΒΕΠ			
ΦΥΛΟ	ΗΛΙΚΙΑ	ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΣΠΟΥΔΕΣ
Γυναίκα	34	12	Αρχειονομίας, Βιβλιοθηκονομία, και Μουσειολογίας
Γυναίκα	35	12	Βιβλιοθηκονομία και επιστήμη της πληροφόρησης
Άνδρας	36	12	Βιβλιοθηκονομία και επιστήμη της πληροφόρησης
Άνδρας	35	8	Αρχειονομίας, Βιβλιοθηκονομία, και Μουσειολογίας
ΠΡΟΦΙΛ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΚΕΒΕΠ			
Γυναίκα	27	1	Βιβλιοθηκονομία και επιστήμη της πληροφόρησης
Γυναίκα	26	1	Αρχειονομίας,

			Βιβλιοθηκονομία, και Μουσειολογίας
ΠΡΟΦΙΛ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΗΣ ΣΤΗ ΔΒΠ			
Γυναίκα		15 χρόνια στη ΔΒΠ (τα τελευταία 11 χρόνια στο ΔΠ)	Βιβλιοθηκονομίας
ΠΡΟΦΙΛ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΟ ΔΠ			
Γυναίκα		10	
Γυναίκα		16	
ΠΡΟΦΙΛ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ			
Γυναίκα		10	
Γυναίκα		16	
Γυναίκα	38	16	
Γυναίκα	40	7	
Γυναίκα	38	17	
Γυναίκα	30	6	
Γυναίκα	38	18	
Γυναίκα		10	
ΠΡΟΦΙΛ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ			
Γυναίκα	35	1	Ειδική Παιδαγωγός

Γυναίκα	48	20	Λογοθεραπεύτρια
Γυναίκα	31	7	Ειδική Παιδαγωγός

Συνέντευξη πάρθηκε επίσης από 17 χρήστες από τους οποίους οι δέκα ήταν δημόσιοι υπάλληλοι με πτυχίο ανώτατης εκπαίδευσης, ένας μαθητής και έξι ιδιωτικοί υπάλληλοι.

A.4 Ανάλυση υλικού

Παρακάτω καταγράφεται η ανάλυση των δεδομένων από τη διαδικασία των συνεντεύξεων.

A.4.1 Σχολιασμός απαντήσεων ΔΣ ΚΕΒΕΠ

Στην ερώτηση ποιοι ήταν και αν θεωρούν ότι πέτυχαν τους στόχους που έθεσαν, τα μέλη του ΔΣ συμφωνούν ότι στόχος τους ήταν η δημιουργία μιας σύγχρονης προς αξιοποίηση Βιβλιοθήκη με συνεργασία άνεργων πτυχιούχων. Θεωρούν ότι οι στόχοι επιτεύχθηκαν με εξαιρετικά αποτελέσματα. Βασικός στόχος της Ένωσης ήταν η επιτυχής εκπλήρωση του έργου για προσέλκυση και άλλων παρόμοιων έργων, με απώτερο σκοπό την οργάνωση των ΔΒ της Κύπρου με την αξιοποίηση άνεργων πτυχιούχων. Μέλος της ΚΕΒΕΠ τόνισε ότι πράγματι το συγκεκριμένο έργο έδωσε έναυσμα και σε άλλες Βιβλιοθήκες της Κύπρου να απευθυνθούν στην Ένωση για ανάληψη παρόμοιων έργων. Πέραν αυτού ενώ η αρχική συμφωνία με το Δήμο ήταν η καταλογογράφηση 6000 τίτλων, οι συνεργάτες καταλογογράφησαν 6200.

Στην ερώτηση για την εμπειρία τους από την εμπλοκή τους στο έργο για την αναδιοργάνωση και επαναλειτουργία της ΔΒΠ το ΔΣ της ΚΕΒΕΠ θεώρησαν την εμπειρία τους εντυπωσιακή αφού ανέλαβαν ένα έργο από το μηδέν και έπρεπε να το φέρουν εις πέρας. Επίσης μέγιστης σημασίας για την πραγματοποίηση του έργου ήταν η συνεργασία τόσο ανάμεσα στο ΔΣ όσο και με τους συνεργάτες που

επιλέχθηκαν για το έργο. Οι συχνές επικοινωνίες και επισκέψεις στο χώρο της Βιβλιοθήκης ήταν απαραίτητες για τον έλεγχο του έργου όπως και η μηνιαία ενημέρωση του Δήμου για την εξέλιξη του έργου. Επίσης αναφέρουν ότι χρειάστηκε να αναλάβουν πρωτοβουλίες και να αισθάνθηκαν υπεύθυνοι για την όλη πορεία του έργου.

Οι αντιδράσεις των δημοτών στις εκδηλώσεις για την επαναλειτουργία της Βιβλιοθήκης ενθουσίασαν και ενδυνάμωσαν τη θέληση του ΔΣ για ανάληψη παρόμοιων έργων. Συγκεκριμένα μέλος του ΔΣ της Ένωσης σχολίασε ότι οι δημότες περίμεναν με ανυπομονησία και ενθουσιασμό την λειτουργία της Βιβλιοθήκης. Τα σχόλια ήταν θετικά και η συμμετοχή στις εκδηλώσεις θερμή. Εκτός αυτού στον ένα μήνα που λειτουργούσε η Βιβλιοθήκη υπό την επίβλεψη της ΚΕΒΕΠ, έγιναν 150 ενεργά μέλη της Βιβλιοθήκης. Πέραν αυτών δημιουργήθηκε η Ένωση φίλων της ΔΒΠ.

Τα βιβλία που θεωρεί το ΔΣ ότι χρειάζεται η Βιβλιοθήκη είναι καταρχάς παιδικά. Θεωρούν ότι η παιδική συλλογή πρέπει να αναπτυχθεί αφού τα παιδιά πρέπει να μάθουν από νωρίς τη φιλαγνωσία. Κοινή ήταν η άποψη τους ότι δεν δύναται ΔΒ χωρίς παιδικό τμήμα και λογοτεχνικά βιβλία. Πέραν αυτού, άλλο μέλος τονίζει ότι δεν πρέπει να παραγκωνίζονται οι υπόλοιπες κατηγορίες με περιορισμό μόνο σε αυτές τις κατηγορίες. Συμφωνούν ότι μια ΔΒ πρέπει να καλύπτει όλες τις ανάγκες του κοινού ενώ πρέπει ταυτόχρονα να εμπλουτιστεί το Παφολογικό υλικό. Συγκεκριμένα πρέπει να γίνει εκστρατεία για την απόκτηση όλου του υλικού που αφορά την πόλη της Πάφου. Εκτός αυτού τονίζουν ότι η τοποθεσία της Βιβλιοθήκης είναι τέτοια που επιτρέπει την προσέλκυση τουριστών. Ως εκ τούτου η Βιβλιοθήκη πρέπει να διαθέτει ξενόγλωσσα βιβλία που να αφορούν τη Κύπρο και τη Πάφο.

Οι υπηρεσίες που θεωρούν απαραίτητες είναι εκτός του δανεισμού και του διαδανεισμού, η ανάπτυξη διάφορων εκπαιδευτικών εργαστηρίων όπως εκμάθηση ηλεκτρονικών υπολογιστών, μαθήματα ελληνικής γλώσσας για τους μετανάστες, ψηφιοποίηση σπάνιων βιβλίων, συχνές εκδηλώσεις, ξεναγήσεις στη Βιβλιοθήκη και μαθήματα χρήσης και αξιοποίησης της Βιβλιοθήκης.

Η άποψη τους για το πώς μπορεί να συμβάλει η Βιβλιοθήκη στην τοπική κοινωνία της Πάφου είναι κοινή σχετικά με την αξιοποίηση του παιδικού τμήματος της Βιβλιοθήκης και την προσέλκυση παιδιών. Θεωρούν ότι τα παιδιά είναι το μέλλον της Βιβλιοθήκης και κατ' επέκταση της συμβολής της στην τοπική κοινωνία. Επίσης οι συχνές εκδηλώσεις που να αναδεικνύουν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της κοινωνίας και του πολιτισμού της πόλης. Απαραίτητη είναι η εμπλοκή της Βιβλιοθήκης στα πολιτιστικά δρώμενα της πόλης όπως για παράδειγμα η ανάληψη της Πάφου ως πολιτιστική πρωτεύουσα 2017 να διοργανώνονται εκδηλώσεις που να αφορούν τη Πάφο. Ιδιαίτερη ήταν η άποψη για μήνα Βιβλιοθήκης με ταυτόχρονες εκδηλώσεις όλων των ΔΒ της Κύπρου.

Στην ερώτηση σχετικά με τις συνεργασίες που μπορεί να αναπτύξει η Βιβλιοθήκη όλοι συμφώνησαν ότι απαραίτητη είναι η συνεργασία με τα σχολεία για εξοικείωση των μαθητών με τη Βιβλιοθήκη. Οι καθηγητές να παραπέμπουν τους μαθητές για έρευνα ενώ τα Δημοτικά σχολεία να παίρνουν τους μαθητές για γνωριμία με τη Βιβλιοθήκη και την αφήγηση παραμυθιού ή ιστορίας. Επίσης η συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Νεάπολις είναι σημαντική για τον «εμπλουτισμό» της συλλογής της Βιβλιοθήκης. Ταυτόχρονα η συνεργασία με άλλες υπηρεσίες του ΔΠ είναι μείζονος σημασίας για την σωστή λειτουργία της Βιβλιοθήκης, τη προώθηση όπως και η εμπλοκή του προσωπικού στις αποφάσεις που την αφορούν. Μέλος του ΔΣ έθεσε ως παράδειγμα τη συνεργασία ανάμεσα στο ενυδρείο της Πάφου με τη Βιβλιοθήκη, εκθέτοντας βιβλία που αφορούν τα ψάρια στο ενυδρείο. Παρόμοιο θα μπορούσε να συμβεί με μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους. Επίσης εξέφρασαν κοινή άποψη για συνεργασία με τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού (ΚΟΤ) για ξεναγήσεις τουριστών στη Βιβλιοθήκη.

Το ΔΣ συμφωνεί ότι ο χώρος της Βιβλιοθήκης δεν είναι κατάλληλος για να εκπλήρωση την αποστολή της. Ως κτίριο η Βιβλιοθήκη είναι εντυπωσιακό, με τον εσωτερικό της χώρο να είναι φωτεινό και χαρούμενο. Παρόλα αυτά όμως είναι αρκετά μικρός ο χώρος με αποτέλεσμα να μην υπάρχει περιθώριο να αναπτυχθεί επαρκώς η συλλογή. Επίσης δεν λήφθηκαν πρόνοιες για μετακίνηση

ατόμων με αναπηρίες εντός του χώρου της Βιβλιοθήκης. Παράλληλα η ηλιακή ακτινοβολία έρχεται σε επαφή με τα βιβλία με κίνδυνο καταστροφής τους, η κατασκευή των ραφιών δεν είναι λειτουργική για τη τοποθέτηση των βιβλίων ενώ υπάρχουν γυαλιά με κίνδυνο να σπάσουν τραυματίζοντας τους χρήστες, δεν υπάρχει ηχομόνωση, ο πάγκος εργασίας δεν είναι ιδανικός ενώ η θερμοκρασία δεν ελέγχεται και ως εκ τούτου η υγρασία θέτοντας τα βιβλία σε κίνδυνο. Μέλος του ΔΣ αναφέρει ότι ο συγκεκριμένος χώρος θα μπορούσε να είναι απλώς ένα παράρτημα του παιδικού τμήματος και όχι ολόκληρη η Βιβλιοθήκη.

Για την προσέλκυση δημοτών το ΔΣ θεωρεί ότι πρέπει να παρέχονται υπηρεσίες που να ικανοποιούν τις ανάγκες τους όπως η χρήση υπολογιστών. Επίσης καινοτόμες υπηρεσίες, όπως τη δημιουργία ομάδων με συγκεκριμένες δράσεις όπως π.χ. η μελέτη και ο σχολιασμός βιβλίων, ομάδα γυναικών που να συλλέγει τοπικές συνταγές ενώ η ΔΒΠ σε συνεργασία με τις πολιτιστικές υπηρεσίες να αναλάβουν την έκδοση βιβλίου που θα προβάλλει αυτές τις συνταγές. Επίσης η συχνή επαφή με σχολεία θα βοηθήσει στην προσέλκυση όχι μόνο δασκάλων – καθηγητών αλλά μαθητών και των γονιών τους. Άλλος τρόπος είναι η επικοινωνία με ερευνητές που ασχολούνται με την Πάφο. Όλοι οι συνεντευξιαζόμενοι συμφωνούν ότι οι εκδηλώσεις είναι η καλύτερη μέθοδος για να τραβήξουν το ενδιαφέρον και να προσελκύσουν δημότες.

Όσο για το ανθρώπινο δυναμικό της ΔΒΠ συμφωνούν ότι είναι απαραίτητη η πρόσληψη μόνιμων πτυχιούχων βιβλιοθηκονόμων που θα αγαπάνε τη δουλειά τους και θα συμβάλλουν στη δημιουργία μιας σύγχρονης και λειτουργικής Βιβλιοθήκης. Ακόμη πρέπει να είναι πρόθυμο να εξυπηρετεί, να αναλαμβάνει πρωτοβουλίες, να είναι προσιτό και να διακατέχεται από ιδέες και όραμα. Επιπλέον λόγω του ότι η επιστήμη συμβαδίζει με τη τεχνολογία, το ανθρώπινο δυναμικό πρέπει να εισάγει και αξιοποιεί τις νέες τεχνολογίες.

Τα προβλήματα που αντιμετώπισαν κατά την εμπλοκή τους στο έργο ήταν η έλλειψη οργάνωσης εκ μέρους του Δήμου, η γραφειοκρατία και η αρνητική του στάση να τηρήσει τα συμφωνηθέντα. Επίσης, η αποκοπή από τον προϋπολογισμό με αποτέλεσμα να διακοπούν οι συμβάσεις ατόμων και να μην

προχωρήσει το έργο στο επιθυμητό σημείο. Η στάση κάποιων συναδέλφων που τορπίλισαν το έργο και την αξία του. Επίσης θεωρούν ότι ο Δήμος δημιούργησε το έργο μόνο για να υπάρχει Δημοτική Βιβλιοθήκη-αποθήκη βιβλίων και όχι για την ουσία του ζητήματος δηλαδή να δημιουργηθεί μια σύγχρονη Δημοτική Βιβλιοθήκη. Το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετώπισαν μετά το τέλος του έργου ήταν η απάθεια του Δήμου προς τη Βιβλιοθήκη μειώνοντας την αξία του έργου. Ενώ έπρεπε άμεσα να προκηρυχθεί θέση βιβλιοθηκονόμου, εντούτοις ο Δήμος προτίμησε να μετακινήσει από άλλο πόστο πτυχιούχο μεν βιβλιοθηκονομίας χωρίς όμως να έχει τις απαραίτητες γνώσεις της σύγχρονης βιβλιοθηκονομίας αφού για πολλά χρόνια δεν είχε εμπλοκή στα βιβλιοθηκονομικά δρώμενα. Όπως επισημαίνει το ΔΣ, στη συμφωνία υπήρχε ρήτρα άμεσης προκήρυξης της θέσης με απαραίτητο προσόν πτυχίο βιβλιοθηκονομίας.

Τέλος, όσο αφορά τη χρήση του μάρκετινγκ στις Βιβλιοθήκες, τα μέλη του συμβουλίου το θεωρούν απαραίτητο στοιχείο στη σύγχρονη Βιβλιοθήκη. Σύμφωνα με τις απόψεις τους, το μάρκετινγκ χρειάζεται για να γίνει καταγραφή, ώστε να αναδειχθεί η διαστρωμάτωση του πληθυσμού στη Πάφο και να υπάρχει υλικό που να καλύπτει τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας. Επίσης με το μάρκετινγκ θα γίνουν ενέργειες για τη προσέλκυση δημοτών και ότι άλλο μπορεί να επωφεληθεί η Βιβλιοθήκη από τη χρήση του.

A.4.2 Σχολιασμός απαντήσεων συνεργατών ΚΕΒΕΠ

Στην ερώτηση για τις αντιδράσεις και τα αισθήματα των δημοτών στην επαναλειτουργία της ΔΒΠ οι συνεργάτες τόνισαν ότι το κοινό έδειξε ενδιαφέρον και ανυπομονησία προτού καν ανοίξει η Βιβλιοθήκη. Συγκεκριμένα δήλωσαν « Λόγω της έλλειψης ΔΒ στην Πάφο αλλά και της μακροχρόνιας αδράνειας του χώρου, δεχόμασταν συχνά επισκέψεις από το κοινό με ερωτήσεις για το υλικό της Βιβλιοθήκης, μήνες πριν ξεκινήσει η λειτουργία της». Επίσης, μόλις ξεκίνησαν τα πρώτα στάδια αναδιοργάνωσης και επαναλειτουργίας της ΔΒΠ δημιουργήθηκε ο σύλλογος φίλων της Βιβλιοθήκης. Ακόμη, η ΔΒΛ δάνεισε τα

απαραίτητα μέσα για την πραγματοποίηση εκπαιδευτικού πρόγραμματος για τάξη Δημοτικού Σχολείου προτού ανοίξει η Βιβλιοθήκη. Ένα ακόμη στοιχείο για την ανυπομονησία των πολιτών, λένε οι συνεργάτες της ΚΕΒΕΠ, είναι ο αριθμός των εγγραφών των χρηστών στις μόνο 16 μέρες λειτουργίας της έφτασαν τις 150. Όλες οι εκδηλώσεις ήταν επιτυχής και είχαν απήχηση στο κοινό. Ακόμα έγιναν πολλές δωρεές βιβλίων από οργανισμούς αλλά και δημότες της Πάφου. Τέλος τόνισαν ότι «σε μια πόλη όπου ο πληθυσμός δεν είχε μάθει να απευθύνεται σε Βιβλιοθήκες για ενημέρωση, ψυχαγωγία και έρευνα τα σημάδια είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά και καταδεικνύουν την ανάγκη του κοινού για μια Βιβλιοθήκη πλήρως λειτουργική και προσβάσιμη.

Επίσης οι συνεργάτες αναφέρουν ότι η συλλογή της Βιβλιοθήκης σε καμία περίπτωση δεν καλύπτει τις ανάγκες των χρηστών που έχουν εξειδικευμένα ερωτήματα ή απαιτούν νεότερες εκδόσεις τίτλων. Παρόλα αυτά όμως ανάμεσα στους 26.000 τόμους που καταμετρήθηκαν αναμφίβολα υπάρχουν και τόμοι μεγάλης βιβλιολογικής και κοινωνικής αξίας που χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής. Εντούτοις όμως η πρόσκτηση νέου υλικού με βάση των θεμάτων που ζητά ο χρήστης θεωρείται απαραίτητη. Επίσης αρκετά βιβλία είναι σε άσχημη κατάσταση. Αρκετά αιτήματα ικανοποιήθηκαν μέσω της υπηρεσίας του διαδανεισμού. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον όμως, το κοινό έδειξε για τις ηλεκτρονικές πηγές. Οι συνεργάτες προτείνουν ο Δήμος να τις θέσει στον προϋπολογισμό και να κάνει βήματα συνεργασίας με άλλες Βιβλιοθήκες για την απόκτηση ηλεκτρονικών πηγών.

Η άποψη τους για τη συμβολή της Βιβλιοθήκης στη τοπική κοινωνία θεωρούν ότι και μόνο η ύπαρξη μιας Βιβλιοθήκης σε ένα δήμο ή μια κοινότητα αυτόματα συμβάλει στην ανύψωση του βιοτικού επιπέδου. Η τοπική κοινωνία μπορεί να επωφεληθεί από την ύπαρξη της Βιβλιοθήκης η οποία με το σωστό προϋπολογισμό και καταρτισμένο προσωπικό, μπορεί να συμβάλει στην τοπική ανάπτυξη. Συγκεκριμένα συνεργάτης ανέφερε «η Βιβλιοθήκη είναι ένας ζωντανός οργανισμός που συνεχώς εξελίσσεται και προσαρμόζεται στις ανάγκες της κοινωνίας για να προωθεί χωρίς περιορισμούς και διακρίσεις τη γνώση και

να δημιουργήσει ένα σύγχρονο πνευματικό κέντρο μπορεί να επιτευχθεί μέσω προγραμματισμένων καινοτομιών όπως διαλέξεις, εκδηλώσεις και δράσεις που θα ενισχύσουν την αγάπη στο βιβλίο».

Σχετικά με τις συνεργασίες που μπορεί να αναπτύξει η ΔΒΠ, οι συνεργάτες ανέφεραν τα εκπαιδευτικά ιδρύματα με διοργανώσεις εκπαιδευτικών προγραμμάτων για γνωριμία με τη Βιβλιοθήκη, διαγωνισμοί φιλαγνωσίας. Παράλληλα η συν-διοργάνωση εκδηλώσεων, συνεργασία με αρμόδιους φορείς για την καταγραφή της πνευματικής παραγωγής της Κύπρου, ανταλλαγή πληροφοριών - τεχνογνωσίας. Συγκεκριμένα ανέφεραν «ήδη στη ΔΒΠ έχουν γίνει προγραμματισμένα εκπαιδευτικά σεμινάρια σε μαθητές του Δημοτικού, στα οποία οι μαθητές γνώρισαν και έμαθαν τα μέρη του βιβλίου και άλλα σημαντικά στοιχεία και αναφορές που σκοπό είχαν μέσω διαδραστικών παιχνιδιών με τους Βιβλιοθηκονόμους να έρθουν πιο κοντά στο βιβλίο και κατά συνέπεια στη φιλαγνωσία». Στα πλαίσια της επαναλειτουργίας της ΔΒΠ προσπαθήσαν να δημιουργήσουν μια κοινοπραξία - συνεργασία με άλλες Βιβλιοθήκες, δημοτικές και ακαδημαϊκές για τη καλύτερη εξυπηρέτηση των χρηστών αφού λόγω έλλειψης υλικού δεν μπορούσαν να ανταποκριθούν στις απαιτούμενες ανάγκες και προσδοκίες τους. Μια από αυτές ήταν και η διαδικασία του διαδανεισμού, η οποία διαδικασία γινόταν πολύ συχνά.

Αναφορικά με το κτίριο που στεγάζεται η Βιβλιοθήκη ανέφεραν ότι παρά το γεγονός ότι η ΔΒΠ στεγάζεται σε ένα από τα πιο όμορφα κτήρια της νεοκλασικής περιόδου και έχει ανακαινισθεί πρόσφατα ώστε να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις μια σύγχρονης Βιβλιοθήκης εντούτοις ο εσωτερικός της χώρος παραμένει μικρός και αδυνατεί να χωρέσει τη μεγάλη συλλογή των 26.000 βιβλίων. Έχουν όμως γίνει σκέψεις για τη δημιουργία βιβλιοστασίου αλλά μέχρι στιγμής δεν έχει γίνει καμία προσπάθεια υλοποίησής τους. Επίσης αναφέρουν ότι έχουν γίνει παρατηρήσεις σε σχέση με το αναγνωστήριο που δεν είναι απομονωμένο, όπως "ο χώρος μοιάζει με νηπιαγωγείο, πώς είναι δυνατό να συγκεντρωθεί και να διαβάσει κάποιος με παιδιά στο χώρο;" Όσον αφορά τη

θερμοκρασία, ρυθμίζεται με κλιματιστικό και ο ήλιος εισέρχεται από τα παράθυρα.

Τέλος όσον αφορά την εμπειρία – γνώσεις που απέκτησαν από την εμπλοκή τους στο έργο τονίζουν ότι πλέον έχουν γνώσεις για τις ανάγκες μιας Βιβλιοθήκης ως προς τη λειτουργία της και την προώθηση της. Παράλληλα ανέλαβαν ηγετικό ρόλο ως προς την ανάληψη πρωτοβουλιών και ευθυνών ενώ ανέλαβαν τη δημιουργία εκδηλώσεων. Προσθέτουν ότι η Βιβλιοθήκη θα πρέπει να εργοδοτεί τουλάχιστον 2 βιβλιοθηκονόμους αν θέλει να επιτύχει τους στόχους της. Εκτός αυτού είναι αδύνατο να πραγματοποιούνται εκπαιδευτικά προγράμματα και να λειτουργούν οι υπόλοιπες υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης ταυτόχρονα. Επίσης θεωρούν ότι με σκληρή δουλειά, μπορούν να επιτευχθούν οι στόχοι που πριν θεωρούνταν αδύνατοι.

Παράλληλα τονίζουν ότι αν είχαν εργαστεί περισσότερο χρόνο στη ΔΒΠ θα γίνονταν κι άλλες καινοτόμες και ενδιαφέρουσες συνεργασίες με άλλους οργανισμούς και Βιβλιοθήκες.

A.4.3 Σχολιασμός απαντήσεων εργαζόμενης στη ΔΒΠ

Οι χρήστες είναι ενθουσιασμένοι με την επαναλειτουργία της Βιβλιοθήκης. Η προσέλευση του κοινού είναι θερμή και ενθουσιώδης.

Θεωρεί ότι η Βιβλιοθήκη χρειάζεται να διοργανώνει συχνές εκδηλώσεις για να τραβήξει το ενδιαφέρον του κόσμου. Επίσης αρκετά σχολεία ενδιαφέρονται για ξεναγήσεις στη Βιβλιοθήκη. Θεωρεί αυτές τις ξεναγήσεις των σχολείων στη Βιβλιοθήκη απαραίτητη ενώ εντυπωσιάστηκε από το γεγονός ότι μετά τη σχολική επίσκεψη αρκετοί μαθητές την επισκέπτονται ξανά με τους γονείς τους. Τονίζει ότι το σημαντικότερο είναι ο εμπλουτισμός της συλλογής. Αρκετοί χρήστες εκφράζουν τη δυσαρέσκεια τους για τη φτωχή συλλογή της Βιβλιοθήκης. Το 90% των επισκεπτών ενδιαφέρονται για λογοτεχνικά βιβλία και μυθιστορήματα. Το υλικό που διαθέτει η Βιβλιοθήκη είναι παλιό. Πιστεύει ότι οι κατηγορίες που ήδη υπάρχουν στη συλλογή είναι οι πιο αναγκαίες για μια

ΔΒ. Ταυτόχρονα πρέπει να αναπτυχθεί το Παφολογικό υλικό. Οι χρήστες θέλουν να ανανεώνεται συχνά το υλικό της Βιβλιοθήκης. Επίσης θεωρεί ότι καλό θα ήταν να αποσυρθούν κάποια από τα παλιά βιβλία ώστε να υπάρχει χώρος για νέο υλικό. Επίσης οι χρήστες ζητούν νέες υπηρεσίες όπως Βάσεις Δεδομένων και γενικά σύγχρονο υλικό σε ηλεκτρονική μορφή. Εκτός αυτού η πρόσληψη νέου προσωπικού ή τουλάχιστον ενός ακόμη πτυχιούχου ατόμου στη Βιβλιοθηκονομία θεωρείται απαραίτητη. Ένα και μόνο άτομο δεν μπορεί να λειτουργήσει σωστά τη Βιβλιοθήκη κάνοντας τις απαραίτητες ενέργειες που απαιτούνται σε μια σύγχρονη Βιβλιοθήκη. Τέλος δήλωσε ότι δεν είναι ενήμερη για τα σχέδια του ΔΠ για τη Βιβλιοθήκη.

A.4.4 Σχολιασμός απαντήσεων εργαζομένων ΔΠ

Τα άτομα του ΔΠ έχουν επισκεφτεί τη ΔΒΠ και έχουν χρησιμοποιήσει το υλικό της. Θεωρούν ότι ως χώρος η Βιβλιοθήκη είναι ευχάριστος αλλά μικρός χωρίς πολλά περιθώρια για ανάπτυξη της συλλογής. Επίσης θεωρούν τις κατηγορίες (Παφολογικό-παιδικό) που υπάρχουν στη Βιβλιοθήκη ως την καλύτερη επιλογή. Είναι όμως απαραίτητο να επενδύσει ο ΔΠ στην ανανέωση του υλικού

Στην άποψη τους για το τι υπηρεσίες και υλικό πρέπει να προσφέρει η Βιβλιοθήκη πιστεύουν ότι πρέπει να αναπτυχθεί το παιδικό υλικό και ακολούθως το Παφολογικό. Συγκεκριμένα το ένα άτομο θεωρεί ότι δεν χρειάζεται να συμπεριληφθεί στη συλλογή επιστημονικό υλικό αφού υπάρχει στην πόλη το Πανεπιστήμιο Νεάπολης. Έτσι σε συνεργασία μεταξύ των δυο Βιβλιοθηκών, είτε μέσω διαδανεισμού, είτε μέσω συμφωνίας τα μέλη της μιας να μπορούν να δανειστούν από την άλλη Βιβλιοθήκη.

Στην ερώτηση για το πώς θεωρούν ότι μπορεί να συμβάλει στην τοπική κοινότητα θεωρούν ότι καταρχάς η τοποθεσία της Βιβλιοθήκης είναι προτέρημα για να εκπληρώσει το σκοπό της αφού τα γειτνιάζοντα εκπαιδευτικά ιδρύματα ήδη εξέφρασαν ενδιαφέρον για επίσκεψη στη Βιβλιοθήκη. Με αυτό τον τρόπο τα παιδιά θα αγαπήσουν τη Βιβλιοθήκη και θα είναι χρήστες και στην ενήλικη τους ζωή. Τονίζουν για ακόμη μια φορά ότι το υλικό της συλλογής πρέπει να

ανανεωθεί και ειδικότερα το παιδικό. Παράλληλα όμως θεωρούν ότι και το παλιό υλικό που κατέχει η Βιβλιοθήκη είναι χρήσιμο και ίσως με μεγαλύτερη αξία. Ενδεχομένως να κρύβουν πληροφορίες που τα σύγχρονα βιβλία δεν έχουν. Επίσης αναφέρουν την προσπάθεια δημιουργίας βιβλιοστασίου, έτσι διπλά αντίτυπα ή και περισσότερα θα μεταφερθούν εκεί αφήνοντας χώρο για νέο υλικό.

Για την προώθηση του υλικού θεωρούν ότι ο ΔΠ πρέπει να εκμεταλλευτεί την ευκαιρία από την ανάληψη της Πάφου ως πολιτιστική πρωτεύουσα 2017. Γενικά η Βιβλιοθήκη πρέπει να κάνει συχνές εκδηλώσεις, να χρησιμοποιήσει τα κοινωνικά δίκτυα αφού πλέον είναι ο τρόπος για μαζική και σύγχρονη ενημέρωση του κοινού, η ιστοσελίδα του ΔΠ η οποία θα παραπέμπει στη ΔΒΠ. Η Βιβλιοθήκη πρέπει συνεχώς να κάνει ενέργειες ώστε να φαίνεται η ύπαρξη της. Παρόλα αυτά όμως όπως τόνισε το ένα άτομο πρέπει να γίνει έρευνα για διαγνωστούν οι ανάγκες της κοινότητας γιατί όσες εκδηλώσεις και ενέργειες και αν γίνουν εάν το προϊόν δεν ικανοποιεί τότε δεν θα υπάρχει προσέλκυση.

Τέλος στην άποψη τους για το πώς να συνεχίσουν το έργο της ΚΕΒΕΠ θεωρούν ότι το σημαντικότερο στοιχείο είναι η πρόσληψη πτυχιούχου προσωπικού ικανό και με όραμα για τη Βιβλιοθήκη. Επίσης η συνέχιση της συνεργασίας με τη ΚΕΒΕΠ θεωρείται απαραίτητη για συμβουλευτικό ρόλο

A.4.5 Σχολιασμός απαντήσεων εκπαιδευτικών

Οι εκπαιδευτικοί θεωρούν ότι η Βιβλιοθήκη για να βοηθήσει στις εκπαιδευτικές και ψυχαγωγικές ανάγκες των μαθητών πρέπει να διαθέτουν σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό όπως πολυμέσα, ηλεκτρονικούς υπολογιστές με πρόσβαση στο διαδίκτυο, εκπαιδευτικά και ψυχαγωγικά παιχνίδια, παραμύθια, λογοτεχνικά βιβλία για έφηβους, εκπαιδευτικό υλικό και σχολικά βοηθήματα. Επισημαίνουν ότι τα παιδιά χρειάζονται να ξέρουν ότι στη Βιβλιοθήκη θα βρουν σύγχρονο υλικό που θα τους βοηθήσει στα σχολικά τους καθήκοντα.

Παράλληλα οι εκπαιδευτικοί χρειάζονται εκπαιδευτικό υλικό, μοντέρνα και κλασική λογοτεχνία, σύγχρονο υλικό σε επιστημονικά άρθρα και παροχή αναζήτησης σε ψηφιακό υλικό με παλιές εφημερίδες και περιοδικά. Ταυτόχρονα η ξένη βιβλιογραφία θεωρείται απαραίτητη. Στη συλλογή της Βιβλιοθήκης δεν αρκούν μόνο τα βιβλία αλλά προτείνουν να εμπλουτιστεί με σύγχρονη μορφή πληροφόρησης όπως Βάσεις Δεδομένων, ηλεκτρονικά περιοδικά και ηλεκτρονικά βιβλία, CD, DVD, microfilm και microfiche. Επίσης πρέπει να παρέχεται και ο απαραίτητος εξοπλισμός για χρησιμοποίηση του υλικού στο χώρο της Βιβλιοθήκης και δυνατότητα φωτοτύπησης. Γενικά οι εκπαιδευτικοί θέλουν η Βιβλιοθήκη να καταστεί χώρος όπου θα κάνουν την έρευνα τους και θα εντοπίζουν τις πληροφορίες που χρειάζονται.

Σχετικά με την άποψη τους για το πως μπορεί η Βιβλιοθήκη να προσελκύσει τα παιδιά θεωρούν ότι η συλλογή πρέπει να έχει υλικό που να απευθύνεται στις ηλικίες τους για παράδειγμα παραμύθια για πιο μικρά παιδιά και λογοτεχνία για τα μεγαλύτερα. Ο χώρος της παιδικής συλλογής πρέπει να είναι διαμορφωμένος με ευχάριστα χρώματα και καθίσματα. Επίσης προτείνουν την πραγματοποίηση εργαστηρίων με διάφορα θέματα. Ακόμα προτείνουν να καθοριστεί μια φορά τη βδομάδα ως μέρα ανάγνωσης βιβλίου από το βιβλιοθηκονόμο, εκπαιδευτικό ή από το ίδιο τον συγγραφέα. Τονίζουν ότι για να προσελκύσει η Βιβλιοθήκη τα παιδιά πρέπει να τους εξάψει τη φαντασία τόσο από πλευράς υλικού όσο από πλευράς χώρου.

Τέλος οι εκπαιδευτικοί θεωρούν ότι η Βιβλιοθήκη μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά στο έργο τους. Σύμφωνα με την άποψη τους είναι απαραίτητη η συνεργασία μεταξύ των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της Βιβλιοθήκης για την προώθηση της φιλαγνοσύας και την ικανότητα των μαθητών από μικρή ηλικία να ερευνούν, εντοπίζουν πληροφορίες, δημιουργούν βιβλιογραφία και να αποτυπώνουν τις γνώσεις τους. Επίσης επισημαίνουν ότι τα άτομα που απαρτίζουν τη Βιβλιοθήκη πρέπει να είναι ικανά να προσφέρουν βοήθεια και κατεύθυνση στους ερευνητές. Γενικά θεωρούν ότι η Βιβλιοθήκη μπορεί να

διευρύνει τις γνώσεις τόσο των ίδιων όσο και των μαθητών με τη χρήση σύγχρονων εργαλείων και πηγών πληροφόρησης

A.4.6 Σχολιασμός απαντήσεων εκπαιδευτικών ειδικής εκπαίδευσης

Οι εκπαιδευτικοί παιδιών με ειδικές ανάγκες θεωρούν ότι τα παιδιά αυτά χρειάζονται υλικό με πολυμέσα ώστε να τραβήξει την προσοχή των παιδιών. Επίσης σύγχρονο υλικό που θα τα βοηθήσει να αναπτύξουν τις δεξιότητες τους και να εξάψει τη φαντασία τους. Ακόμη χρειάζονται υλικό για ψυχαγωγία όπως σύγχρονα και κλασσικά παραμύθια και λογοτεχνία. Παράλληλα τα παιδιά χρειάζονται απλοποιημένα βιβλία ελληνικής γλώσσας, μαθηματικά και γενικά υλικό που να έχει δημιουργηθεί για αυτά τα παιδιά.

Οι εκπαιδευτικοί για το έργο τους χρειάζονται εξειδικευμένα βιβλία ειδικής αγωγής, λογοθεραπείας και επιστημονικό υλικό για διάφορες παθήσεις. Επίσης αναφέρουν ότι χρειάζονται ηλεκτρονικές πηγές πληροφόρησης όπως Βάσεις Δεδομένων, ηλεκτρονικά περιοδικά και βιβλία. Επίσης τονίζουν ότι η Βιβλιοθήκη πρέπει να εμπλουτιστεί όχι μόνο με ελληνική βιβλιογραφία αλλά και με ξένη. Επίσης τονίζουν ότι θα ήθελαν να περιλαμβάνεται στη συλλογή της Βιβλιοθήκης οπτικοακουστικό υλικό.

Στη ερώτηση για το πώς μπορεί η Βιβλιοθήκη να προσελκύσει τα παιδιά με ειδικές ανάγκες, οι εκπαιδευτικοί προτείνουν την ανάπτυξη της παιδικής συλλογής με σύγχρονα παραμύθια και λογοτεχνία. Επίσης θεωρούν τη χρήση πολυμέσων απαραίτητη για να τραβήξει το ενδιαφέρον των παιδιών. Ακόμη θεωρούν ότι η Βιβλιοθήκη και ειδικότερα το παιδικό τμήμα πρέπει να έχει χρώμα και να είναι χαρούμενο. Παράλληλα τα χαμηλά ράφια και οι ειδικά διαμορφωμένοι χώροι για παιδιά θεωρούνται προτέρημα ενώ η εύκολη πρόσβαση και μετακίνηση στο κτίριο για άτομα με αναπηρίες θεωρείται απαραίτητη. Όσο για το προσωπικό που απαρτίζει τη Βιβλιοθήκη πρέπει να είναι ικανό να επικοινωνεί και έχοντας ίση μεταχείριση για όλους τους χρήστες.

A.4.7 Σχολιασμός απαντήσεων χρηστών

Οι χρήστες δηλώνουν ενθουσιασμένοι με την επαναλειτουργία της Βιβλιοθήκης. Περίμεναν αυτό το γεγονός με ανυπομονησία. Το εσωτερικό της Βιβλιοθήκης τους έκανε να νοιώσουν χαρούμενα συναισθήματα αν και τους έκανε εντύπωση η είσοδος του ήλιου από τα παράθυρα. Εκτός αυτού θεωρούν μικρή τη Βιβλιοθήκη ενώ η διαρρύθμιση στο παιδικό τμήμα τους ενθουσίασε. Χρήστες που την επισκέφτηκαν με τα παιδιά τους εξέφρασαν τον ενθουσιασμό των παιδιών από την επίσκεψη τους. Εντύπωση τους προκάλεσε το αναγνωστήριο στο μεσοπάτωμα αφού είναι κάπως στενό αλλά και τα έπιπλα που διατίθενται για ανάγνωση τους και ράφια γιατί δημιουργούν ευχάριστη διάθεση. Χρήστης επεσήμανε την ανάγκη ύπαρξης δέντρων και παγκάκια στον εξωτερικό χώρο της Βιβλιοθήκης.

Στην ερώτηση αν η συλλογή της Βιβλιοθήκης κάλυψε τις εκπαιδευτικές και ψυχαγωγικές τους ανάγκες οι χρήστες την θεωρούν αρκετά φτωχή με απαρχαιωμένο υλικό. Το υλικό που διαθέτει η Βιβλιοθήκη δεν άφησε ικανοποιημένους τους χρήστες. Παρόλα αυτά προσδοκούν ότι με την πρόσφατη επαναλειτουργία της θα συνεχίσει η διαδικασία εμπλουτισμού της συλλογής. Μερικοί χρήστες ζητούν πιο ειδικευμένο υλικό ενώ η πλειοψηφία δήλωσε ότι επισκέπτεται τη Βιβλιοθήκη για λογοτεχνία και μυθιστορήματα. Κρίνουν επιτακτική την ανάγκη η Βιβλιοθήκη να εμπλουτίσει τη συλλογή της με αυτές τις κατηγορίες αφού όπως γνωρίζουν, οι περισσότεροι ενδιαφέρονται για τη ψυχαγωγικό υλικό. Επίσης μερικοί χρήστες εξέφρασαν την ανάγκη τους για ηλεκτρονικές πηγές πληροφόρησης και οπτικοακουστικό υλικό. Η Βιβλιοθήκη υστερεί σε τέτοιου είδους υπηρεσίες. Επίσης εντύπωση τους έκανε η έλλειψη φωτοτυπικής μηχανής ενώ οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και η παροχή διαδικτύου τους άφησε καλές εντυπώσεις.

Η άποψη τους για το προσωπικό της Βιβλιοθήκης είναι θετική αν και στο ξεκίνημα της η Βιβλιοθήκη είχε δυο νέες βιβλιοθηκονόμους ενώ μετέπειτα τις αντικατέστησε μια βιβλιοθηκονόμος μεγαλύτερης ηλικίας και με λιγότερες γνώσεις. Σχετικά με τις δυο βιβλιοθηκονόμους οι χρήστες δήλωσαν τον

ενθουσιασμό τους για την προθυμία τους να βοηθήσουν και την ικανότητα τους ως προς την καθοδήγηση τους για τον εντοπισμό των πληροφοριών. Οι χρήστες δηλώνουν ότι τους παρέπεμπαν τους σε καταλόγους άλλων Βιβλιοθηκών ή έκαναν διαβήματα με άλλες Βιβλιοθήκες για να αποκτήσουν το υλικό που ήθελαν. Επίσης ενημερώνονταν από τους χρήστες για βιβλία και υπηρεσίες που θα ήθελαν να έχει η Βιβλιοθήκη και με τη σειρά τους ενημέρωναν τον ΔΠ. Θεωρούν ότι η παρουσία τους στη Βιβλιοθήκη ήταν ευχάριστη δημιουργώντας τους αισθήματα να θέλουν να επισκεφτούν ξανά τη Βιβλιοθήκη. Σχετικά με τη βιβλιοθηκονόμο που πήρε τη θέση τους, την θεωρούν πρόθυμη να εξυπηρετήσει, ευχάριστη αλλά όχι με τόσες πολλές γνώσεις για καθοδήγηση χρηστών με πιο εξειδικευμένες ανάγκες. Θεωρούν ότι πρέπει να προσληφθεί τουλάχιστο ακόμα ένα άτομα με γνώσεις και όραμα για τη Βιβλιοθήκη.

Τέλος στην ερώτηση αν θα σύστηναν τη Βιβλιοθήκη η πλειοψηφία απάντησε ότι θα τη σύστηνε γιατί δίνει τη δυνατότητα ψυχαγωγίας και πληροφόρησης ενώ εξέφρασαν την προσδοκία τους για ανανέωση της συλλογής. Επίσης το παιδικό τμήμα θα βοηθήσει τα παιδιά να αγαπήσουν το βιβλίο και να το εντάξουν στις συνήθειες τους. Η μειονότητα δήλωσε τη δυσαρέσκεια της σχετικά με τη φτωχή συλλογή και το απαρχαιωμένο υλικό που διαθέτει η Βιβλιοθήκη δηλώνοντας ότι στο διαδίκτυο υπάρχουν περισσότερες και πιο σύγχρονες πληροφορίες.

A.5 Συμπέρασμα

Σύμφωνα με τα στοιχεία που προκύπτουν από την έρευνα ο ΔΠ πρέπει να προνοήσει για τον εμπλουτισμό της συλλογής με πρόσφατες εκδόσεις. Η πλειοψηφία των χρηστών ενδιαφέρονται για λογοτεχνία και μυθιστορήματα. Γι' αυτό το λόγο ο ΔΠ πρέπει να επενδύσει σε αυτές τις κατηγορίες ώστε να έχει ικανοποιημένους τους περισσότερους χρήστες. Παράλληλα δεν δύναται ΔΒΠ χωρίς ανεπτυγμένη Παφολογική συλλογή όπου οι ερευνητές θα ανατρέχουν στη Βιβλιοθήκη για εντοπισμό πληροφοριών. Ταυτόχρονα το παιδικό τμήμα αν και ενθουσιάζει με την πρώτη ματιά, εντούτοις χρειάζεται πρόσκτηση νέου υλικού.

Στα μελλοντικά ζητήματα του ΔΠ πρέπει να τεθεί το ζήτημα επέκτασης ή μεταστέγασης της Βιβλιοθήκης γιατί αν θέλει να καλύψει τις ανάγκες του κοινού πρέπει να έχει χώρο να στεγάσει τις συλλογές χωρίς να περιορίζεται στις υπάρχουσες κατηγορίες και να προσφέρει τεχνολογικό εξοπλισμό για την ανάκτηση σύγχρονων πηγών πληροφόρησης. Παράλληλα, σύμφωνα με την έρευνα, το τμήμα μάρκετινγκ είναι απαραίτητο για να προσδιοριστούν οι ανάγκες του κοινού και να γίνουν οι κατάλληλες ενέργειες για προσέλκυση. Ο ΔΠ χρειάζεται να επενδύσει στη Βιβλιοθήκη γιατί το κοινό έχει δείξει την ανάγκη του για μια σύγχρονη ΔΒ. Η πρόσληψη πτυχιούχου προσωπικού με ικανότητες και όραμα για τη Βιβλιοθήκη μπορεί να την εκτοξεύσει στις προτιμήσεις του κοινού για ψυχαγωγία και εκπαίδευση. Για να πετύχει η ΔΒΠ τους στόχους της και να εκπληρώσει την αποστολή της, ο ΔΠ πρέπει να συνειδητοποιήσει ότι πρέπει να επενδύσει και οικονομικά και να τη θέσει στις προτεραιότητες του. Η Βιβλιοθήκη δεν πρέπει να θεωρείται αποθήκη που δανείζει βιβλία αλλά ένας οργανισμός που προσφέρει πολιτιστικές και κοινωνικές ωφέλειες.

Βιβλιογραφία

- Armstrong Gary, c.(M.), Kotler, P., Βλαχοπούλου, Μ. & Μεταξάς, Α.** 2009, *Εισαγωγή στο μάρκετινγκ Gary Armstrong, Philip Kotler, 9η έκδ. edn, Επίκεντρο, Θεσσαλονίκη.*
- Damayani, N.A.** 2006, *"Marketing Communication Strategy for Community Library in Indonesia, March 25-30, 2006.*
- Dhiman, A.K. & Sharma, H.,** *Services Marketing Mix in Library and Information Centres.*
- Future library.** Available: <http://www.futurelibrary.gr/about-us/>.
- Garoufallou, E., Siatiri, R., Zafeiriou, G. & Balampanidou, E.** 2013, *"The use of marketing concepts in library services: a literature review", Library Review, vol. 62.4-5, pp. 312-334.*
- Garusing Arachchige, J.J.** 2002, *"Application of marketing mix elements (4Ps) in the Library sector", JULA, vol. vol. 7, n. 1, pp. 12-36.*
- Karakatsouli, A.** May 2014, *"The Greek book in crisis: Structural deficiencies and challenges", International Journal of the Book, vol. 11, no. 3, pp. p. 1-9.*
- Kotler, P. & Αναγνωστίδου, Α.** 2004, 2003, {H} *δυναμική του μάρκετινγκ 80*
- Kotler, P.** 2001, {O} *Κότλερ για το μάρκετινγκ, Εκδόσεις Παιδεία / Μαλλιάρης-Παιδεία Α.Ε, Θεσσαλονίκη.*
- Kotler, P., Armstrong Gary, c.(M.), Λεγκάλ, Μ. & Πεταλάς, Η.** 2001, *Αρχές Μάρκετινγκ PhilipKotler, GaryArmstrong, Β. Γκιούρδας Εκδοτική, Αθήνα.*
- Kotler, P., Keller Kevin Lane, f.-. & Κατσαντώνης, Γ.** 2006, *Μάρκετινγκ μάνατζμεντ, 12η αμερικάνικη έκδ. edn, Κλειδάριθμος, Αθήνα.*
- Macartney, N.** 1989, *Marketing. Academic Library Management, M. Line, London*
- Moikan, M.** 2013, *"Marketing mix for librarians and information professionals", In fopreneurship Journal, [Online], vol. vol. 1, n. 1, pp. 10-28.*

- Muruli, N. Gireesh Kumar, T.K.** "Marketing of Library Services and Products through Social Media: an Evaluation", In National Conference on Inspiring Library Services, 12-13 July 2013.
- Nicolaides, P.**, Δημοτική Βιβλιοθήκη Πάφου. Available:
http://phivosnicolaides.blogspot.com.cy/2009/06/blog-post_24.html.
- Pappas, V.**, Πως θα εφαρμόσετε μια Ανάλυση SWOT στην επιχείρησή σας.
Available: <http://epixeirein.gr/2009/07/31/swot-analysis-efarmogi/>.
- The marketing mix. Available:
http://www.facetpublishing.co.uk/downloads/file/sample_chapters/100.pdf.
- Timeout**, Η βιβλιοθήκη πάει παραλία!. Available:
<http://www.timeoutcyprus.com/article/14233/i-vivliothiki-paei-paralia>.
- Wadley, A.L., Broady, J.E. & Hayward, T.E.** 1997, "Marketing the public library service to the full time employed: future directions?", *Library Management*, vol. 18, no. 5 and 6, pp. 253-263.
- Yankova, I.V.** 2013, "Marketing of the Library-Information Services", *Journal of Balkan Libraries Union*, vol. vol. 1, n. 1, pp. 7-13, .
- Ανδρονικίδης, Α.Ζ., Γεωργία 2009**, "Marketing Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών: η περίπτωση των βιβλιοθηκών".
- Αράχωβα, Α.**, Η Διακήρυξη των IFLA/UNESCO για τη Δημόσια Βιβλιοθήκη 1994, IFLA/UNESCO Public Library Manifesto 1994.
- Αυλωνίτης Γεώργιος Ι., f.- & Παπασταθοπούλου, Π.** 2010, *Marketing plans πώς να σχεδιάζετε αποτελεσματικά προγράμματα μάρκετινγκ*, Σταμούλη, Αθήνα.
- Βαρδακώστα, Ι.** "Εφαρμογή του μάρκετινγκ στις ακαδημαϊκές Βιβλιοθήκες", *Ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες ανοικτής και συνεχούς πρόσβασης - 11ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών*, 2002.
- Βαρδακώστα, Ι. & Τσουμπρακάκου, Α.** "Αξιολόγηση Υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης και Κέντρου Πληροφόρησης του Χαροκοπέιου Πανεπιστημίου",

Η αξιολόγηση των Βιβλιοθηκών ως στοιχείο ποιότητας των ακαδημαϊκών ιδρυμάτων - 17ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, 2008.

Γεωργοπούλου, Β. 2009, "Η κοινωνική ευθύνη των βιβλιοθηκών", *Περιοδικό Συνεργασία*, [Online], vol. αρ. 2, .

Γούναρης, Σ. 2003, *Μάρκετινγκ υπηρεσιών*, Εκδοτικός Οίκος Rosili, Αθήνα.

Γραμματέας. Available:

http://www.studycyprus.eu/include/ajax/ajaxjobViewer.cfm?tab=1&job_id=76.

Δημητρίου, Φ. 2012, *Οργάνωση και διοίκηση των ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών και ειδικότερα της βιβλιοθήκης του Πανεπιστημίου Κύπρου*, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου.

Δήμος Πάφου, *Δημοτική Βιβλιοθήκη*. Available:

<http://pafos.org.cy/library/libraryinfo/>.

Δημόσια Κεντρική Βιβλιοθήκη Βέροιας . Available: <http://www.libver.gr/>.

Ένωση Ελλήνων Βιβλιοθηκονόμων & Επιστημόνων Πληροφόρησης (ΕΕΒΕΠ) 2012, *Πρόταση για Εθνική Πολιτική Δημοτικών Βιβλιοθηκών*, ΕΕΒΕΠ, Αθήνα. [Homepage of ΕΕΒΕΠ], [Online]. Available: <http://www.eebep.gr/wp-content/uploads/Protasi.pdf>.

Ευαγόρου, Α. 2013, *Το μάρκετινγκ στο χώρο των ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών: Προώθηση υπηρεσιών στη βιβλιοθήκη του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου*, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου.

Ευθυμίου, Μ. "Δημοτική Βιβλιοθήκη Λάρνακας: 40 χρόνια λειτουργίας, προκλήσεις και προοπτικές του αύριο", *Καινοτόμες υπηρεσίες Δημοτικών Βιβλιοθηκών* Κυπριακή Ένωση Βιβλιοθηκονόμων - Επιστημόνων Πληροφόρησης, Λευκωσία, 2014.

Ζαφειρίου, Γ., Σιάτρη, Ρ. & Γαρουφάλλου, Ε. 2008, *"Googling και ακαδημαϊκοί βιβλιοθηκονόμοι: ποιοτική έρευνα για την επίδραση του Google στο ρόλο των βιβλιοθηκονόμων και στην παροχή υπηρεσιών των βιβλιοθηκών"*, Η

αξιολόγηση των Βιβλιοθηκών ως στοιχείο ποιότητας των ακαδημαϊκών ιδρυμάτων - 17ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, 24-26 Σεπτ. 2008.

Ιστορικό. Available: <http://kebep.eu/index.php/el/istoriko>.

Καπανδρέου, Α., *Η ιστορία της Δημοτικής Βιβλιοθήκης Πάφου και η συμφωνία για επαναλειτουργία της από την ΚΕΒΕΠ*. Available: http://andreaskandreou.blogspot.com.cy/2014/12/blog-post_6.html.

Κατσαρού, Γ. "Αλλαγή του τοπίου επιστημονικής πληροφόρησης με τη χρήση δημοσιευμάτων ανοιχτής πρόσβασης και ιδρυματικών αποθετηρίων", *Ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες και κοινωνίες των πολιτών: δημιουργώντας δεσμούς γνώσης, δημοκρατίας και πολιτισμού στο ψηφιακό περιβάλλον* - 15ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, 2006.

Κατσιρίκου, Α. "Η Πολιτιστική ανάπτυξη ως παράγοντας της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης: μελέτη περίπτωσης η πολιτιστική πολιτική του Δήμου Μελισσίων", 2007.

Κατσιρίκου, Α. "Ο ρόλος του Βιβλιοθηκάρου κατά την περίοδο των αλλαγών", *Το μάνατζμεντ στις ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες* - 10ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, 2001.

Κατσιρίκου, Α. 2009, *Οι Βιβλιοθήκες και το εν δυνάμει κοινό τους: μέθοδοι επικοινωνίας και προσέλκυσης*, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Κλεάνθους, Π. 2014, *Μάρκετινγκ προϊόν, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, Λευκωσία*.

Κλεάνθους, Π. 2014, *Μάρκετινγκ, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, Λευκωσία*

Κλεάνθους, Π. 2015, *Μάρκετινγκ υπηρεσίες, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, Λευκωσία*.

Κορκίδη, Μ. "Ο ρόλος των δημοτικών βιβλιοθηκών και η προσφορά τους στην τοπική κοινωνία: το παράδειγμα της Δημοτικής Βιβλιοθήκης του Δήμου Κερατσινίου", *Οι βιβλιοθήκες στην υπηρεσία του πολίτη*, 2003.

Κυπριακή Δημοκρατία, Εργατικό Δυναμικό [Homepage of Κυπριακή Δημοκρατία, Υπουργείο Ενέργειας, Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού, Διαδικτυακή Πύλη ΕΚΕ Κύπρου], [Online]. Available: http://www.businessincyprus.gov.cy/mcit/psc/psc.nsf/eke09_gr/eke09_gr?OpenDocument.

Κύπρος: Μελέτη για την οικονομική κρίση και τις δημογραφικές προκλήσεις. Available: <http://www.newsbomb.gr/kypros/story/631793/kypros-meleti-gia-tin-oikonomiki-krisi-kai-tis-dimografikes-prokliseis>.

Κυριακοπούλου, Χ. "Οι Δημοτικές Βιβλιοθήκες ως φορείς πολιτιστικής ανάπτυξης και διάχυσης της γνώσης στις τοπικές κοινωνίες", *Η δυναμική και οι προοπτικές των Δημοτικών Βιβλιοθηκών στην Ελλάδα, Πανελλήνιο Συνέδριο Δημοτικών Βιβλιοθηκών - 1ο Ένωση Ελλήνων Βιβλιοθηκονόμων και Επιστημόνων Πληροφόρησης*, Αθήνα, 2008.

Κυριακοπούλου, Χ. & Γλωσσιώτης, Γ. 2010, "Στρατηγικές μάρκετινγκ και μάνατζμεντ για μια αναπτυξιακή πολιτική των ελληνικών βιβλιοθηκών", *Βιβλιοθήκες και Πληροφόρηση*, vol. τευχ. 22, pp. σ. 44-49.

Κυριακοπούλου, Χ. 2010, "Service strategies for libraries IFLA Satellite Meeting Athens", *Service strategies for libraries IFLA Satelite Meeting* Αθήνα, 19th-21st August.

Κυριακοπούλου, Χ. 2011, "Το σύστημα των δημοτικών βιβλιοθηκών ως ενεργή συνιστώσα στο Εθνικό Δίκτυο Βιβλιοθηκών", *Βιβλιοθήκες και πληροφόρηση*, vol. τευχ. 23, pp. σ. 48-56. *Λευκωσία*.

Κώνστα, Ο. & Μαμμά, Ε. 2005, "Νέα εργαλεία αναζήτησης: ο χρήστης, ο χώρος και ο χρόνος στην πληροφόρηση" in *Απο τη βιβλιοθηκονομία στην επιστήμη της πληροφόρησης*.

Μάλλιαρης, Π. 2012, *Εισαγωγή στο μάρκετινγκ*, 4η έκδ. edn, Αθ. Σταμούλης, Αθήνα.

Μπαλτά, Κ. 2008, "Σχεδιασμός και δημιουργία επικοινωνιακού σχεδίου δράσης της Βιβλιοθήκης του Πανεπιστημίου Μακεδονίας", *Η αξιολόγηση των*

Βιβλιοθηκών ως στοιχείο ποιότητας των ακαδημαϊκών ιδρυμάτων - 17ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.

Νικοδήμου, Ε. 2010, *Προσαρμογή του μάρκετινγκ στη Βιβλιοθήκη του Πανεπιστήμιου Κύπρου, σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου.*

Νικολάου, Δ., Ασπρή - Μασουρέκκου, Δ., Ευθυμίου, Μ. & Φραγκούδη, Λ. 2008, "Δημοτικές Βιβλιοθήκες στην Κύπρο, βήματα για τη διαμόρφωση ενός συστήματος συνεργασίας Κυπριακών βιβλιοθηκών", *Η δυναμική και οι προοπτικές των Δημοτικών Βιβλιοθηκών στην Ελλάδα, Πανελλήνιο Συνέδριο δημοτικών Βιβλιοθηκών - 1ο.*

Παγκυπριος Δικηγορικός Σύλλογος, *Ο περί Προσφορών του Δημοσίου Νόμος του 1997 (102(I)/1997)* [HomepageofCYLaw], [Online]. Available: http://www.cylaw.org/nomoi/enop/non-ind/1997_1_102/full.html.

Πανεπιστήμιο Κύπρου, *Οργανωτική Δομή Διοικητικών Υπηρεσιών* [HomepageofUCY], [Online]. Available: <http://www.ucy.ac.cy/ddo/documents/Organogramata/Organogrammatachanged.927032012.pdf>.

Πανεπιστήμιο Κύπρου *Οργανωτική δομή διοικητικών υπηρεσιών,* Πανεπιστήμιο Κύπρου, Λευκωσία.

Σδρόλια, Π. "Η καταξίωση του επαγγέλματος του Βιβλιοθηκονόμου στην Ελληνική Περιφέρεια. Από τον Βιβλιοθηκονόμο στον επιστήμονα πληροφόρησης", *Η δυναμική και οι προοπτικές των Δημοτικών Βιβλιοθηκών στην Ελλάδα, Πανελλήνιο Συνέδριο δημοτικών Βιβλιοθηκών - 1ο (2008)* Ένωση Ελλήνων Βιβλιοθηκονόμων και Επιστημόνων Πληροφόρησης, Αθήνα, 2008.

Σίτας, Α. & Νικητάκης, Μ. 1999, "Η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών στις βιβλιοθήκες και οι απόψεις των χρηστών", *Σύγχρονη Βιβλιοθήκη & Υπηρεσίες Πληροφόρησης*, vol. n. 3, pp. pp. 36-44.

Σταθακόπουλος, Β. 2005, *Μέθοδοι έρευνας αγοράς, Σταμούλης, Αθήνα.*

Στατιστική Υπηρεσία Στατιστικές της εκπαίδευσης *Statisticsofeducation*
2012/2013, Κυπριακή Δημοκρατία

Στατιστική υπηρεσία, [Homepageof Κυπριακή Δημοκρατία], [Online].

Available:

http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/labour_31main_gr/labour_31main_gr?OpenForm&sub=1&sel=1.

Στατιστική Υπηρεσία Δημογραφική έκθεση *Demographicreport 2014*, Κυπριακή
Δημοκρατία.

Στρατηγική ανάπτυξη εξωτερικού περιβάλλοντος. Available:

http://eclass.teipat.gr/eclass/modules/document/file.php/728116/%CE%98%CE%B5%CF%89%CF%81%CE%AF%CE%B1-%CE%A3%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/Chap_2.pdf.

Τζινιέρη-Τζανετάκου, Ε. "Δημόσιες Βιβλιοθήκες και παροχή υπηρεσιών στο κοινό: το νομικό πλαίσιο", *Αρχεία, βιβλιοθήκες και δίκαιο στην κοινωνία της πληροφορίας* Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Αθήνα, 2006.

Τζωρτζάκης, Κ.Μ. & Τζωρτζάκη, Α.Κ. 2008, *Αρχές μάρκετινγκ η ελληνική προσέγγιση μάρκετινγκ με νέες τεχνολογίες*, 3η εκδ. edn, Rosili, Αθήνα.

Τζωρτζάκης, Κ.Μ. & Τζωρτζάκη, Α.Κ. 2007, *Οργάνωση & διοίκηση Το μάνατζμεντ της νέας εποχής*, 4η έκδ. edn, Εκδοτικός οίκος Rosili, Αθήνα.

Τσάφου, Σ. 2011, "Ο ρόλος των Λαϊκών Βιβλιοθηκών στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη σε τοπικό, περιφερειακό και Εθνικό επίπεδο", *Βιβλιοθήκες και πληροφόρηση*, vol. τευχ. 23, pp. 6-15.

Τσιμπόγλου, Φ.Χ. "Η δυναμική των δημοτικών Βιβλιοθηκών σε ένα Σύστημα Εθνικής Πολιτικής Βιβλιοθηκών, μέσω συνεργατικών δράσεων", *Η δυναμική και οι προοπτικές των Δημοτικών Βιβλιοθηκών στην Ελλάδα*, Πανελλήνιο Συνέδριο Δημοτικών Βιβλιοθηκών - 1ο, 2008.

- Τσιμπόγλου, Φ.Χ.** 2011, "Εθνική πολιτική για τις Βιβλιοθήκες: από τις προτάσεις στην υλοποίηση", *Βιβλιοθήκες και πληροφόρηση*, vol. τευχ. 23, pp. σ. 56-59.
- Τσιμπόγλου, Φ.Χ.** *Στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης 2009 - 2011*, Βιβλιοθήκη Πανεπιστημίου Κύπρου, Λευκωσία.
- Φραγγεδάκης, Α.** "Υπηρεσίες Ακαδημαϊκών και Λαϊκών Βιβλιοθηκών για την αντιμετώπιση του ψηφιακού αποκλεισμού", *Ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες: επεκτείνοντας τα όρια - 12ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών*, 2003.
- Χαραλάμπους, Μ.** 2013, *Οργάνωση και διοίκηση των δημοτικών βιβλιοθηκών της Κύπρου*, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου.
- Χασάπη, Α.** 2013, *Μάρκετινγκ ηλεκτρονικών πηγών στις ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες. Η περίπτωση της βιβλιοθήκης του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου*, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου.