

dr Paweł Bernacki  
Instytut Nauk o Informacji i Mediach  
Uniwersytet Wrocławski

## **Badania potrzeb użytkowników i nie-użytkowników Miejskiej i Gminnej Biblioteki Publicznej im. Jana Orlycha Szanieckiego w Pińczowie – raport**

### **I. Informacje ogólne**

W ramach projektu „Blisko – natura biblioteki” pracownicy Miejskiej i Gminnej Biblioteki Publicznej im. Jana Orlycha Szanieckiego w Pińczowie przeprowadzili diagnozę społeczności lokalnej pod kątem jej kulturalnych potrzeb oraz oczekiwań względem tytułowej instytucji. W ramach tego przedsięwzięcia przygotowano dwa kwestionariusze ankietowe: pierwszy miał formę cyfrową, a drugi tradycyjną. Oba formularze nieznacznie różniły się od siebie pod kątem zadawanych pytań. Następnie wśród lokalnej społeczności przeprowadzono akcję promocyjną, zachęcającą do wzięcia udziału w badaniach. W jej efekcie udało się pozyskać 77 odpowiedzi w kwestionariuszu internetowym i 123 w jego papierowym odpowiedniku. Ze względu istotne różnice w strukturze wiekowej respondentów – to jest dużą nadreprezentacją osób poniżej 19 roku w ankiecie tradycyjnej – zdecydowano się na analizę wyników obu badań osobno.

Formularze składały się z:

- pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru;
- pytań zamkniętych wielokrotnego wyboru;
- pytań otwartych.

Dwa pierwsze typy dostarczyły istotnych danych o charakterze ilościowym, trzeci z kolei przydał uzyskanym informacjom niezbędnego przy tego typu analizach kontekstu jakościowego.

Respondentów zapytano o:

- ich dane (płeć, wiek, miejsce zamieszkania, status zawodowy)
- korzystanie z usług badanej instytucji (charakter, oczekiwania, ocena oferty)
- ich zainteresowania i sposoby spędzania wolnego czasu

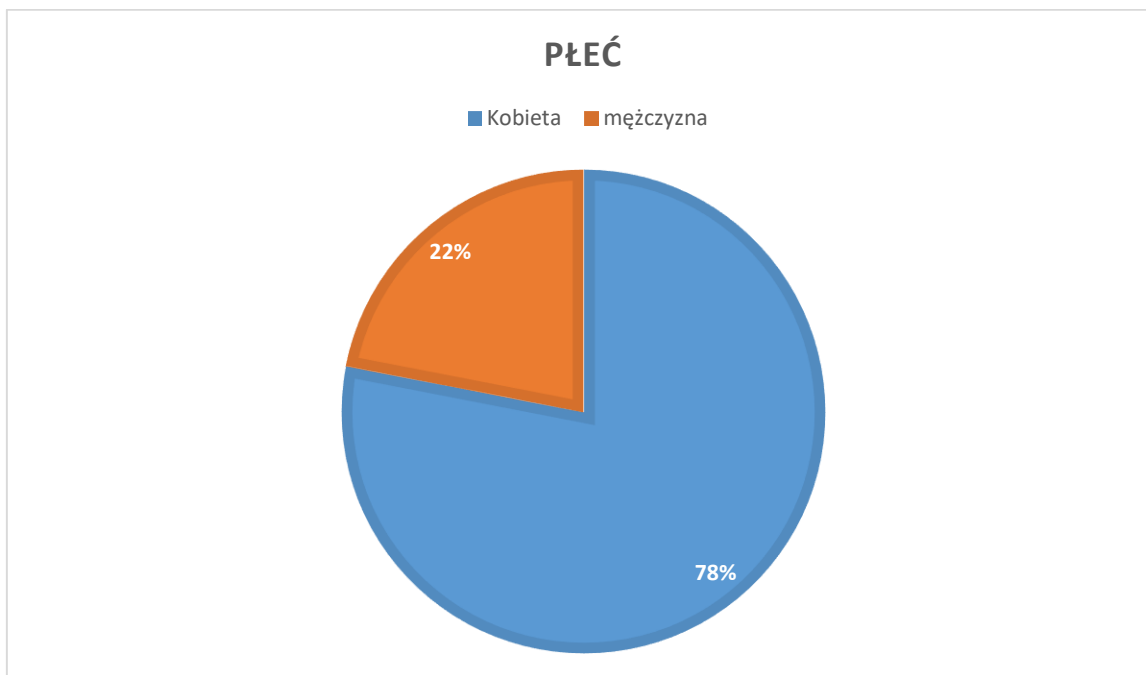
- kanały komunikacyjne, za pośrednictwem których czerpią informację o tym, co dzieje się w regionie.

Przygotowany zestaw pytań był zatem różnorodny zarówno pod kątem formy, jak i treści, dzięki czemu uzyskane wyniki powinny stanowić dla biblioteki cenne wskazówki na temat planowania swojego rozwoju, w tym strategii marketingowych.

## II. Analiza odpowiedzi na ankiety tradycyjne

### Dane respondentów

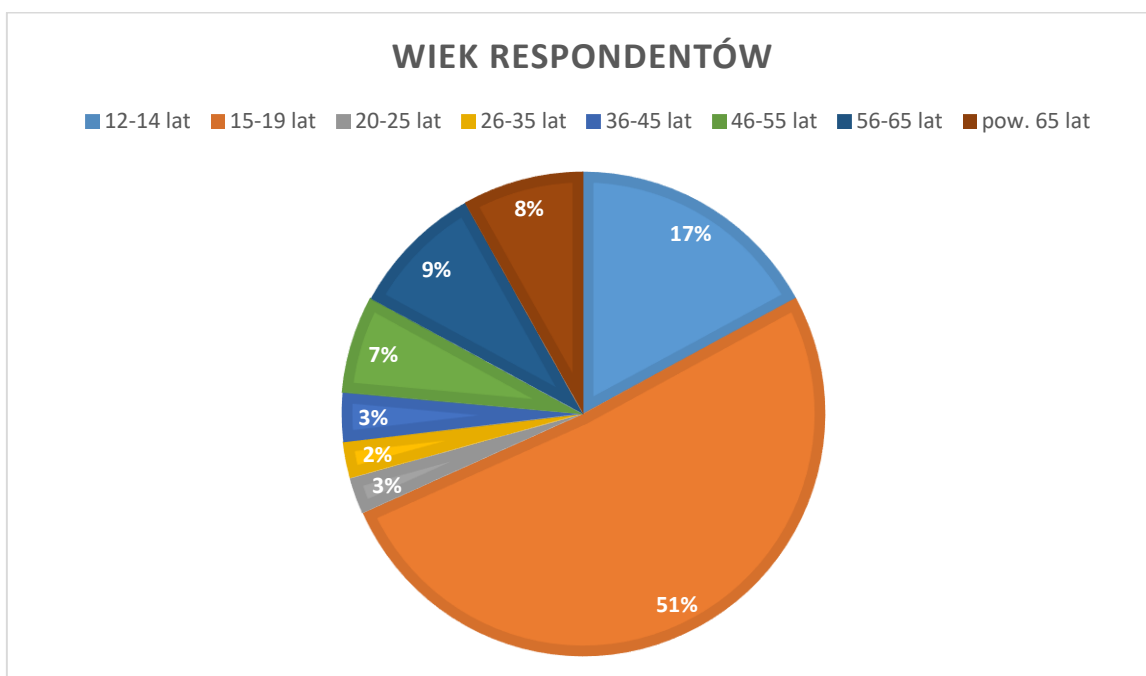
Papierowe kwestionariusze wypełniły 123 osoby. Wśród nich znalazło się 96 kobiet i 27 mężczyzn:



Dysproporcje między reprezentacją obu płci, choć znaczne, nie powinny w żadnym stopniu dziwić. Jak pokazują liczne badania przeprowadzane przez GUS czy Bibliotekę Analiz, to kobiety są znacznie częstszymi użytkowniczkami bibliotek niż mężczyźni. One także chętniej i w większym stopniu oddają lekturowym aktywnościom. Jednocześnie niewielki odsetek respondentów, którzy wypełnili ankietę, sugeruje, że bibliotece trudno było do nich dotrzeć. Zapewne nie odwiedzają oni strony internetowej tej instytucji, nie śledzą jej mediów społecznościowych i rzadko bywają w jej budynkach. Taki stan rzeczy może choćby wynikać ze stereotypu biblioteki, jako miejsca nudnego i „kobiecego”, w którym mężczyzna „nie ma nic do roboty”. Zmiana ogólnego obrazu badanej instytucji będzie jednak wymagała czasu, działań na poziomie ogólnokrajowym, a także – na szczeblu lokalnym – odpowiedniego dostosowania oferty i szeroko zakrojonych akcji promocyjnych.

Pewne zaskoczenie mogą wywoływać odpowiedzi udzielone na pytanie o wiek. Otóż ponad połowa respondentów, to jest 63 osoby (51%) wskazała na przedział 15-19 lat. Jest to wynik co najmniej nieoczekiwany, gdyż młodzieży licealnej, z reguły brakuje wśród użytkowników bibliotek. Co więcej, drugi najliczniej reprezentowany przedział wiekowy stanowiły dzieci w

wieku 12-14 lat – 21 osób (17%). Ta duża reprezentacja młodych pokoleń w przeprowadzonym badaniu, najprawdopodobniej, wynika z faktu, że przeprowadzono wśród niej specjalne działania promocyjne (np. rozdawanie kwestionariuszy w szkołach). Z jednej strony mamy tu czynienia ze zjawiskiem pozytywnym – dzięki tak liczniemu gronu nastolatków, uzyskane informacje na temat tej grupy wiekowej będą bardziej wiarygodne. Z drugiej, musimy mieć na uwadze, że taki wynik nie odzwierciedla realnej struktury wiekowej użytkowników badanej biblioteki ani mieszkańców Pińczowa. Zauważmy, że osoby poniżej 19 roku życia stanowią niemal 70% wszystkich respondentów. Ten stan rzeczy niewątpliwie będzie miał przełożenie na uzyskane wyniki. Szczegółowa struktura wiekowa ankietowanych prezentuje się następująco:



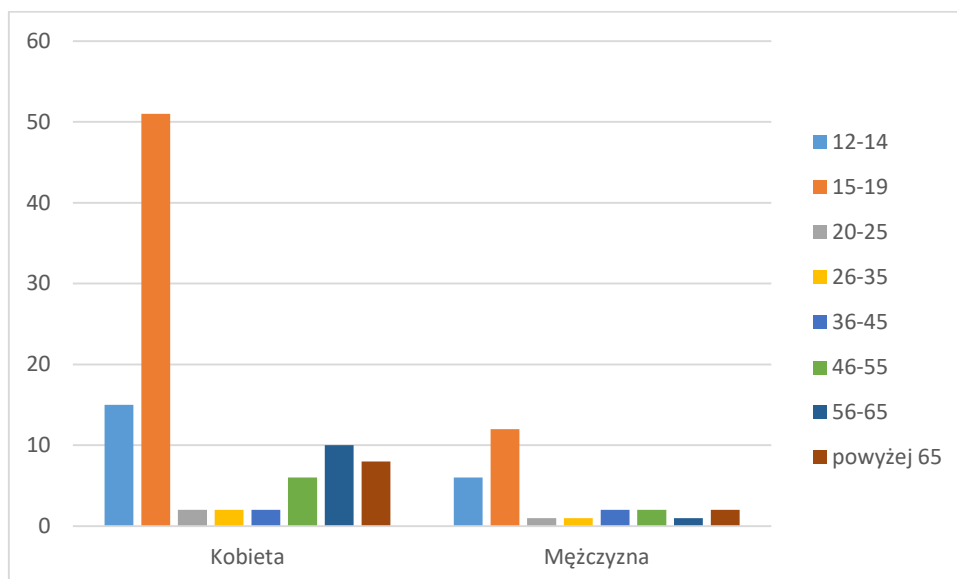
Zwróćmy uwagę, że dorośli ankietowani stanowili jedyne 32% respondentów. Wśród nich najwięcej było:

- osób w wieku 56-65 lat (9%)
- seniorów (8%)
- osób wieku 45-56 lat (7%).

Widzimy tu więc ogromną różnicę między reprezentacją najmłodszych grup wiekowych, jak i swoistą białą plamę wśród osób w przedziale od 20 do 45 lat, które łącznie stanowiły 7% wszystkich ankietowanych. Jak już wcześniej wspomniano, z powyższych względów

zdecydowano się na osobną analizę odpowiedzi uzyskanych za pośrednictwem formularza cyfrowego, licząc, że struktura wiekowa respondentów będzie bardziej miarodajna.

Jeśli na powyższe dane nałożymy odpowiedzi z pytania o płeć, okaże się, że najszerzej reprezentowaną grupą wśród ankietowanych były kobiety w wieku od 15 do 19 lat, co ilustruje poniższy wykres.



Warto również zwrócić uwagę, że mężczyźni stanowili:

- 40% respondentów w wieku 12-14 lat;
- 19% osób w wieku od 15 do 19 lat;
- 33% osób w wieku 20-25 lat;
- 33% osób w wieku 26-35 lat;
- 50% osób w wieku 36-45 lat;
- 33% osób w wieku 46-55 lat;
- 9% osób w wieku 56-65 lat;
- 20% osób w wieku powyżej 65 lat.

Po raz kolejny należy jednak podkreślić, że niewielka reprezentacja osób z wyższych przedziałów wiekowych sprawia, że powyższe proporcje powinny się traktować raczej jako delikatną sugestię, niż twarde dane.

W kolejnym pytaniu respondentów zapytano o to, czy mieszkają w Pińczowie. Odpowiedzi na to pytanie rozkładały się niemal równomiernie, co obrazuje kolejny wykres:



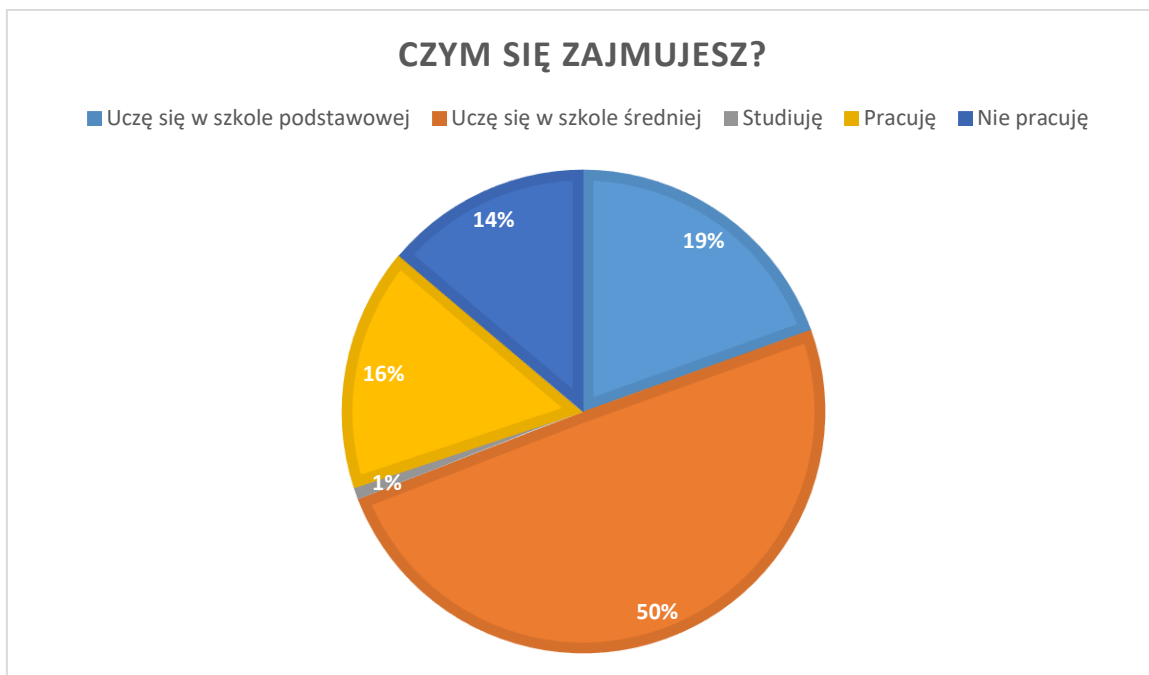
Osoby mieszkające w Pińczowie przeważały w każdej grupie wiekowej oprócz najszerzej reprezentowanej młodzieży licealnej, gdzie większość, bo 60%, stanowiły osoby spoza tego miasta.

Aż 80 osób (ponad 65%) odmówiło odpowiedzi na pytanie o dokładne miejsce zamieszkania. Pozostałe 35% wskazywało na:

- Grodzisko (14 wskazań)
- Nowy Świat (5 wskazań)
- Podgórze (4 wskazania)
- Osiedle Witosy (4 wskazania)
- Ul. 3 Maja (3 wskazania)
- Ul. Armii Krajowej (3 wskazania)
- REVOLTA (2 wskazania)

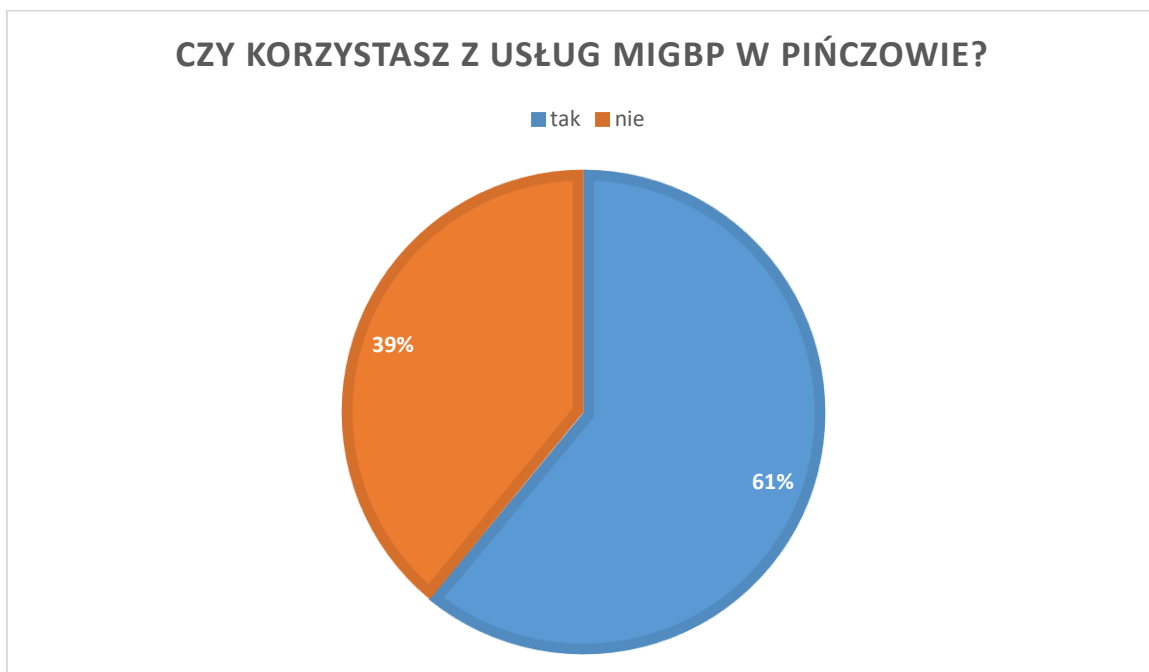
Pojedyncze osoby wpisywały także odpowiedzi „centrum”, „Nowowiejska”, „1 Maja” i „Mirów”.

Odpowiedzi na pytanie „Czym się zajmujesz?” w dużej mierze pokrywają z wiekiem ankietowanych, co można zaobserwować na wykresie:



Odpowiedź „Nie pracuję” zaznaczyły wyłącznie osoby z przedziałów wiekowych 56-65 lat i powyżej 65 lat, więc możemy zakładać, że całość tej grupy stanowią emeryci bądź renciści.

W dalszej części kwestionariusza respondenci zostali spytani o to, czy korzystają z usług Miejskiej i Gminnej Biblioteki w Pińczowie. Ich odpowiedzi obrazuje poniższy wykres:



Na 48 osób, które odpowiedziały przecząco na to pytanie, 34 były w przedziale wiekowym 15-19 lat, 13 w grupie 12-14 lat, a jedna mieściła się w zakresie 36-45 lat. Jednocześnie 100% reprezentantów pozostałych grup wiekowych przyznało, że korzysta z usług badanej instytucji.

Co więcej to właśnie wśród najmłodszych wiekowo respondentów (12-14 lat i 15-19 lat) nie-użytkownicy przeważają nad użytkownikami – kolejno 62% do 38% i 54% do 46%. W zasadzie, poza jednym wyjątkiem, wszyscy ankietowani niekorzystający z usług badanej instytucji mają poniżej 20 lat. Można także odnotować, że kobiety stanowiły 75% nie-użytkowników i 80% użytkowników biblioteki.

### **Analiza odpowiedzi na pytania**

Respondenci zostali poproszeni o dokończenie zdania „Nie korzystam z biblioteki, ponieważ...”. Mogli oni wybrać jedną (lub więcej) z zaproponowanych opcji lub podzielić się własnymi przemyśleniami. Ich odpowiedzi rzucają pewne światło na przyczyny opisanego w poprzednim akapicie stanu rzeczy. Wskazania respondentów bowiem mówią dużo o powodach, przez które młodzież nie odwiedza biblioteki. Otóż:

- 31,3% z nich wybrało odpowiedź „nie czytam książek”;
- 22,9% z nich wskazało na propozycję „kupuję książki”;
- 4,2% z nich nie odpowiadały godziny otwarcia;
- 3,1% z nich stwierdziło, że „nie zna oferty biblioteki”;
- 3,1% odpowiedziało, że korzysta z innych bibliotek.

Ponadto jedna osoba napisała, że „nie chce się jej” przychodzić do biblioteki. Warto także odnotować, że aż 33 z 96 osób, które w teorii odpowiedziały na to pytanie, zostawiły w nim puste miejsce lub wpisały „brak”. Jeśli zestawimy te dane z informacjami o wieku respondentów zauważymy, że:

- Odpowiedź „nie czytam książek” wybrali wyłącznie ankietowani w wieku 12-14 lat (10 osób, czyli 47,6% tej grupy) i w wieku 15-19 lat (12 osób, czyli 31,7% tej grupy). Co więcej, poza jednym wyjątkiem, respondenci ci zaznaczyli wyłącznie tę odpowiedź;
- Odpowiedź „kupuję książki” wybrali ankietowani z grupy wiekowej 12-14 lat (6 osób, czyli 28,6% tej grupy), 15-19 lat (14 osób, czyli 22,2% tej grupy) i dwoje seniorów powyżej 65 roku życia (20% tej grupy). Było to ich jedyne wskazanie, mimo możliwości zaznaczenia większej liczby propozycji.

Jeśli chodzi o pytanie zamknięte wielokrotnego wyboru „Co zachęciłoby Cię do przyścia do biblioteki lub częstszego jej odwiedzenia”, niemal połowa ankietowanych (48,8%) stwierdziło, że taki efekt mogłoby wywołać spotkanie ze znanymi i ciekawymi ludźmi. Kolejne odpowiedzi cieszyły się dużo mniejszą popularnością:



- „giełda płyt/staroci” – 26,8% wskazań;
- „gra miejska” – 22,8% wskazań;
- „warsztaty” – 17,1% wskazań;
- „spotkania ze specjalistami z różnych dziedzin” – 13,8% wskazań;
- „wystawy”- 13% wskazań;
- „wydarzenia plenerowe, tematycznie, kiermasze” – 13% wskazań;
- „działania innowacyjne, np. wirtualna rzeczywistość” – 8,9% wskazań.

Dodatkowo w ramach odpowiedzi na to pytanie ankietowani mogli wpisywać własne propozycje. Część z nich skorzystała z tej możliwości. Wśród ich pomysłów znalazły się takie działania, jak: warsztaty (malarskie, rękodzieła, szachowe, fotograficzne), spotkania (z pisarzami, podróżnikami, wycieczki, zajęcia (z zakresu sportu, historii, zdrowia i urody), książki i turniej szachowy. Należy także podkreślić, że:

- „gra miejska” cieszyła się największą popularnością wśród osób w wieku 12-14 lat (aż 8 wskazań, czyli 38,1% tej grupy, wyłącznie na tę odpowiedź) i osób w wieku 15-19 lat (10 wskazań, czyli 16% całej tej grupy, wyłącznie na tę odpowiedź).
- „spotkania z ciekawymi ludźmi” cieszyły się największą popularnością wśród osób w wieku 15-19 lat (16 wskazań, czyli 25% całej tej grupy, wyłącznie na tę odpowiedź).

Gdy zestawimy ze sobą odpowiedzi na dwa ostatnie pytania, zauważymy, że do przyciągnięcia młodzieży szkolnej do biblioteki, niezbędna będzie szeroka oferta kulturalna i animacyjna, a sam bogaty i różnorodny księgozbiór może okazać się niewystarczający. Duża część tej grupy albo nie jest zainteresowana czytaniem książek, albo raczej je kupuje niż wypożycza. Do przyjscia do biblioteki zachęciłyby ją zaś atrakcyjne wydarzenia, spotkania i zajęcia.

Taką tezę potwierdzają także odpowiedzi na pytanie zamknięte wielokrotnego wyboru „Zaznacz, z której oferty skorzystałbyś/łbyś, gdyby w bibliotece można było?”. Proporcje odpowiedzi rozkładały się tutaj następująco:

- „napić się kawy lub herbaty” – 56,9% wskazań;
- „posłuchać muzyki” – 29,3% wskazań;
- „nauczyć się języka obcego” – 27,6% wskazań;
- „wypożyczyć audiobooki” – 19,5% wskazań;
- „wypożyczać książki po godzinach” – 17,1% wskazań;
- „zagrać w planszówki” – „17,1% wskazań;

- „skorzystać z księżkomatu” – 16,3% wskazań;
- „skorzystać z oferty kulturalnej w sobotę – 8,1% wskazań;
- „skorzystać ze strefy coworkingu” – 5,7% wskazań;
- „rozwijać własne pasje” – 4,1% wskazań.

Jedna osoba dopisała własną odpowiedź – „Joga”. Od razu rzuca się w oczy ogromna, ponad dwukrotna, przewaga wskazań na propozycję „Napić się kawy czy herbaty”. Pokazuje ona, że ankietowanym brakuje miejsca, w którym mogliby spokojnie odpocząć, porozmawiać ze znajomymi, lub poczytać w miłej, domowej atmosferze. Tak rozumiana biblioteka zaś to już nie wyłącznie „przechowalnia” i „wypożyczalnia” książek, ale trzecie miejsce z prawdziwego zdarzenia. Zauważmy, że dla ankietowanych ważniejsze od „wypożyczania książek po godzinach” okazały się takie odpowiedzi, jak „posłuchać muzyki” czy „nauczyć się języka obcego”. Tyle samo głosów zdobyła zaś propozycja „zagrać w gry planszowe”. Wszystko to może dowodzić, że ankietowanym bardziej niż na klasycznej bibliotece zależy na centrum kultury i edukacji, w którym wypożyczanie i czytanie książek byłoby tylko jedną z wielu dostępnych aktywności. Spoglądając na kolejne odpowiedzi, trudno pominąć fakt, że jedynie niewiele ponad 8% respondentów chciałoby korzystać z oferty badanej instytucji w soboty. Warto także zwrócić uwagę, że ankietowanym bardziej zależało na dostępie do audiobooków niż wypożyczeniu książek po godzinach czy korzystaniu z księżkomatu.

Pewien „głód” szerokiej oferty kulturalnej można także zauważyć w odpowiedziach na kolejne pytanie, tym razem otwarte, „Jakich wydarzeń kulturalnych brakuje Ci w Pińczowie?”. Wskazania ankietowanych możemy podzielić na trzy grupy:

- Pierwsza dotyczy wydarzeń o charakterze muzycznym, przede wszystkim koncertów i możliwości posłuchania muzyki „na żywo”. Jedna osoba wspomniała w tym kontekście nawet o operetce.
- Druga grupa odpowiedzi oscyluje wokół filmu. Respondenci często wspominali o projekcjach filmowych czy kinie (plenerowym bądź stacjonarnym).
- Trzecia kategoria propozycji dotyczyła różnego rodzaju jarmarków, festynów i kiermaszów. Niektórzy respondenci wspominali w tym kontekście także o giełdzie staroci.
- Czwarta grupa odpowiedzi dotyczyła wydarzeń o charakterze sportowym, w tym turniejów szachowych i brydżowych. Pojedynczy ankietowani wskazywali także „wyścigi” oraz „park linowy”.

- Piąta kategoria sugestii skupia się wokół szkoleń, warsztatów i bliżej nieokreślonych spotkań tematycznych.

Oprócz powyższych, nieliczni ankietowani wymieniali także: spotkania autorskie, pokazy oraz wystawy sztuki nowoczesnej. Należy także odnotować, że kilka osób stwierdziło, że w Pińczowie nie brakuje żadnych wydarzeń o charakterze kulturalnym.

W kolejnym pytaniu zamkniętym wielokrotnego wyboru, poruszono kwestię tego, co respondenci lubią robić w wolnym czasie. Ich odpowiedzi prezentują się następująco:

- „czytam” – 50,4% wskazań;
- „oglądam seriale, filmy” – 50,4% wskazań;
- „przeoglądam internet/media społecznościowe” – 40,7% wskazań;
- „spotykam się z rodziną i znajomymi” – 37,4% wskazań;
- „zakupy” – 29,3% wskazań
- „chodzę na spacer” – 28,5% wskazań;
- „uprawiam sport” – 26% wskazań;
- „podróżuję, zwiedzam” – 26% wskazań;
- „gram w gry” – 23,6% wskazań;
- „uprawiam działkę” – 15,4% wskazań;
- „oglądam programy informacyjne” – 10,6% wskazań.

Kilka osób dopisało własne odpowiedzi, wśród których znalazły się: „śpię”, „słucham muzyki, śpiewam”, „biegam, robię zdjęcia”, „gram w szachy”, „projektuję budynki”, „gram na telefonie”. Należy zwrócić uwagę, że, choć propozycję „czytam” zaznaczyła ponad połowa ankietowanych, to jedynie czterech respondentów zdecydowało się wyłącznie na tę możliwość. W ogromnej większości przypadków ta aktywność była zatem łączona z innymi, takimi jak oglądanie filmów, przeglądanie internetu czy spotkania z rodziną bądź znajomymi. Zresztą także rozkład proporcji pomiędzy innymi propozycjami pokazuje, że zainteresowania ankietowanych są bardzo szerokie i różnorodne. Taki stan rzeczy uwiarygadnia tezę, że biblioteka powinna rozwijać się w wielu kierunkach i stopniowo przekształcać w trzecie miejsce i centrum kultury starające się odpowiedzieć na rozmaite, nie tylko czytelnicze, potrzeby lokalnej społeczności.

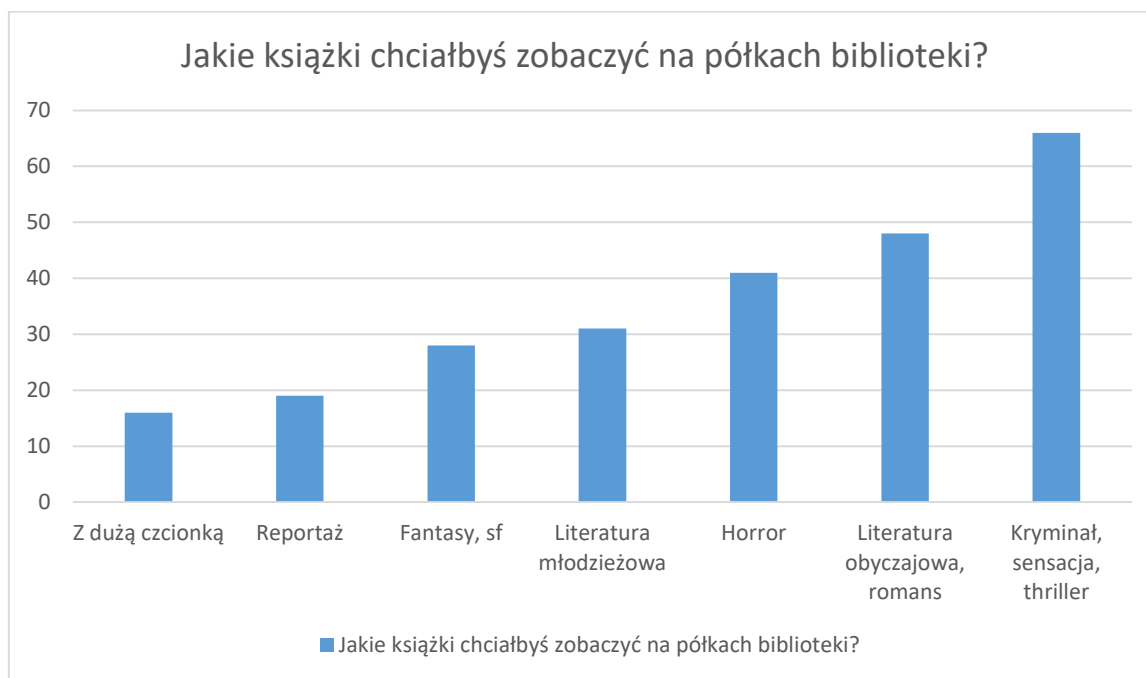
Bogactwo i szeroki zakres zainteresowań respondentów uwidocznią się nam jeszcze bardziej, gdy przyjrzymy się odpowiedziom na pytanie „Wiedzę na temat jakich zainteresowań chciałabyś/łbyś rozwijać?”. Wyglądają one następująco:

- „książki” – 14,9% wskazań;
- „taniec” – 14,9% wskazań;
- „zwierzęta”- 14,9% wskazań;
- „gotowanie” – 14% wskazań;
- „motoryzacja” – 14% wskazań;
- „fitness, zdrowy styl życia” – 13,2% wskazań;
- „sztuka” – 13,2% wskazań;
- „konie” – 12,3% wskazań;
- „gry komputerowe” – 9,6% wskazań;
- „fotografia” – 8,8% wskazań;
- „rower” – 8,8% wskazań;
- „wędkarstwo” – 7,9% wskazań;
- „gołębiarstwo” – 6,1% wskazań;
- „sport” – 6,1% wskazań;
- „DIY, rękodzieło” – 4,4% wskazań.

Zauważymy, że przy kilkunastu różnych propozycjach najbardziej i najmniej popularną odpowiedź dzieli zaledwie 10,5%. W zasadzie nie jest możliwe wytypowanie wiodącej tematyki czy nawet grupy zagadnień, które interesują ankietowanych bardziej niż inne. Respondenci chcieliby rozwijać swoje kompetencje kulturowe, uczestniczyć w zajęciach o charakterze sportowym, brać udział w rozmaitych warsztatach, poznawać nowe technologie... Skonstruowanie oferty, które odpowie na wszystkie te zainteresowania będzie niezwykle trudne. Najlepszym wyjściem w tym wypadku powinno być skupienie się na wybranym zakresie aktywności i stopniowe rozszerzanie go o nowe propozycje pod kątem kolejnych grup odbiorców.

Trochę więcej konkretnych informacji przynoszą odpowiedzi na pytanie „Jakie książki chciałbyś zobaczyć na półkach biblioteki?”. Na czoło wysuwa się tutaj kategoria „kryminał, sensacja, thriller” (53,7% wskazań). Za nią plasują się „literatura obyczajowa, romans” (39%) i horror (33%). Nieco mniejszym zainteresowaniem ankietowanych cieszyły się takie propozycje, jak „literatura młodzieżowa”(25,2%), „fantasy, science fiction” (22,8%) i „reportaż”

(15,4%). Niektórzy ankietowani wpisywali własne sugestie. Wśród nich znalazły się: książki historyczne, literatura współczesna, regionalia, a także „Biblia” i „Rodzina Monett”. Warto zwrócić także uwagę, że 13% respondentów wybrało odpowiedź „Z dużą czcionką” odnoszącą się raczej do projektowania publikacji niż przynależności gatunkowej. Opisane wyniki prezentuje poniższy wykres:



Kolejne pytania dotyczyły tego, z jakich kanałów komunikacyjnych korzystają ankietowani. Pierwsze z nich brzmiało „Gdzie szukasz informacji o wydarzeniach w regionie?”. Odpowiedzi rozkładały mniej więcej równomiernie pomiędzy kanałami tradycyjnymi a cyfrowymi. Szczegółowy rozkład proporcji prezentuje się następująco:

- „od znajomych” – 50,4% wskazań;
- „media społecznościowe (Facebook, Instagram, TikTok)” – 48,8% wskazań;
- „ulotki, plakaty” – 32,5% wskazań;
- „strony internetowe” – 30,9% wskazań;
- „telewizja lokalna” – 22% wskazań;
- „radio lokalne” – 8,1% wskazań.

Porównywalna liczba wskazań na nowe i tradycyjne środki przekazu pokazuje, że respondenci nie ograniczają się do jednego medium. Oczywiście, należy mieć na uwadze, że kanały takie jak media społecznościowe będą popularniejsze wśród młodszych pokoleń, a lokalna telewizja i radio przypadną raczej do gustu starszym grupom wiekowym. Uwypukla to tylko fakt, że

chcąc docierać ze swoim przekazem do jak najszerszego grona odbiorców, powinna ona korzystać z możliwie wielu, różnorodnych kanałów komunikacyjnych.

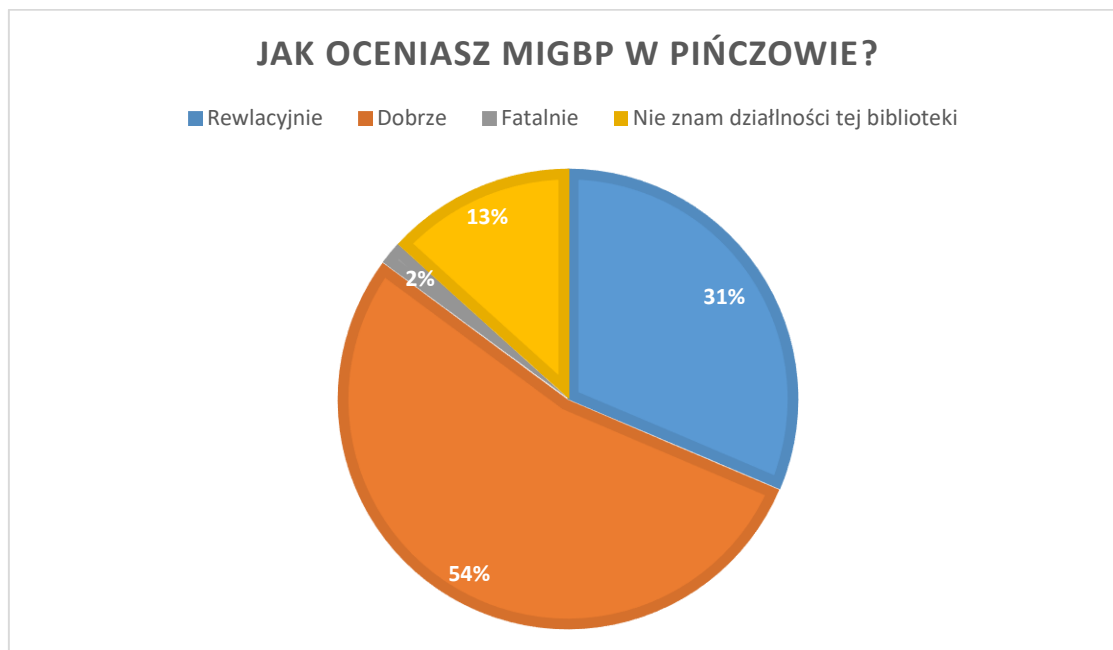
Zdecydowanie inaczej rozkładają się odpowiedzi na pytanie „Jaką drogą chciałabyś/łbyś otrzymywać informacje o ofercie biblioteki?”. Tutaj ankietowani bardzo mocno postawili na media społecznościowe, które otrzymały znacznie więcej wskazań niż inne środki komunikacji:

- „Facebook” – 49,6% wskazań;
- „Instagram” – 27,6% wskazań;
- „SMS” – 27,6,% wskazań;
- „Ulotka” – 26% wskazań;
- „TikTok” – 24,4% wskazań;
- „Słup ogłoszeniowy” – 19,5% wskazań;
- „e-mail (newsletter)” – 17,9% wskazań;
- „lokalne radio” – 7,3% wskazań.

Z powyższych danych w zasadzie wynika, że biblioteka powinna skupić się przede wszystkim na promocji swojej oferty w social mediach. Musimy jednak pamiętać, że analizowaną ankietę wypełnili w zdecydowanej większości ludzie poniżej 20 roku życia, a więc pokolenie, dla którego internet, a szczególnie media społecznościowe, jest głównym źródłem informacji o świecie. Wydaje się, że przy silniejszej reprezentacji osób z pozostałych grup wiekowych, rozkład proporcji mógłby być inny, a kanały tradycyjne otrzymałyby większą liczbę głosów. Nie zmienia to jednak faktu, że chcąc docierać do najmłodszych pokoleń, biblioteka powinna nieustannie rozwijać swój internetowy marketing.

Ostatnie pytanie w formularzu dotyczyło oceny działalności badanej instytucji. Ta wypadła bardzo dobrze. 65 osób, a więc ponad połowa ankietowanych oceniło bibliotekę dobrze. 38 respondentów stwierdziło, że funkcjonuje one rewelacyjnie, a jedynie dwie osoby wybrały propozycję „fatalnie”. Oferty badanej instytucji nie znało 16 osób, a więc 13% wszystkich respondentów, co również wydaje się przyzwoitym wynikiem i dobrze świadczy o prowadzonych przez bibliotekę działaniach marketingowych. W tym pytaniu ankietowani mogli także wpisywać własne odpowiedzi. Jedna osoba skorzystała z tej możliwości i napisała „uwaga: to drugi dom kultury”, co, jak się wydaje, miało być rodzajem krytyki. Choć był to odosobniony głos, należy wziąć go pod uwagę. Tego typu opinie pokazują bowiem, że wśród ankietowanych są osoby, które widziałyby bibliotekę wyłącznie w jej pierwotnej funkcji, a

zmiany w kierunku trzeciego miejsca nie spotykają się z ich uznaniem. Rozkład proporcji w odpowiedziach na analizowane pytanie przedstawia poniższy wykres:



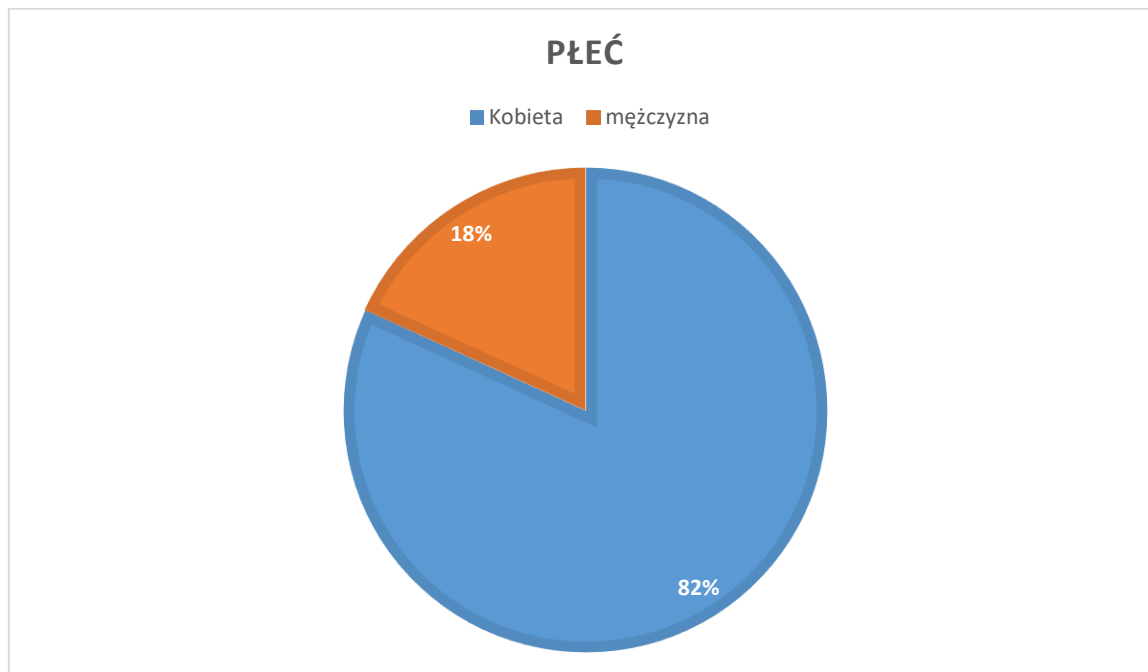
Warto w tym miejscu odnotować, że:

- odpowiedź „dobrze” wybrało 71% osób w wieku 12-14 lat i 54% osób w wieku 15-19 lat.
- odpowiedź „rewelacyjnie” wybrało 70% osób powyżej 65 roku życia i 64% osób w wieku 56-65 lat.
- Odpowiedź „nie znam działalności biblioteki” wybierały wyłącznie osoby poniżej 20 roku życia.

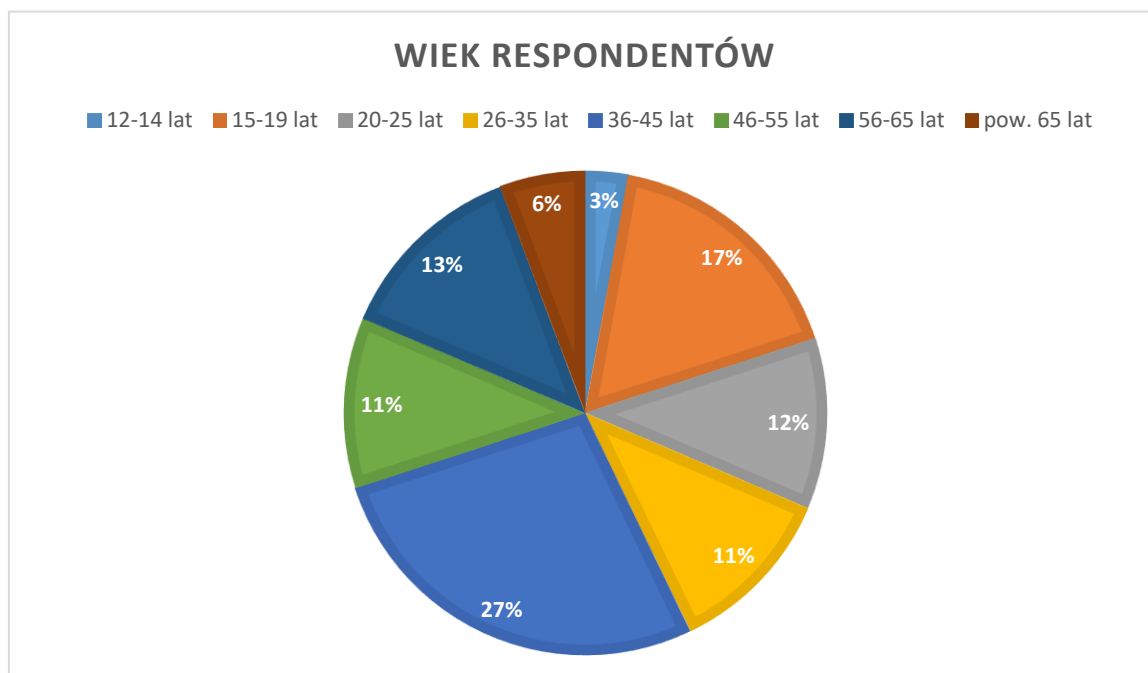
### III. Analiza odpowiedzi na ankiety online

#### Dane respondentów

Formularz online wypełniło 77 osób, w tym 63 kobiety i 14 mężczyzn:



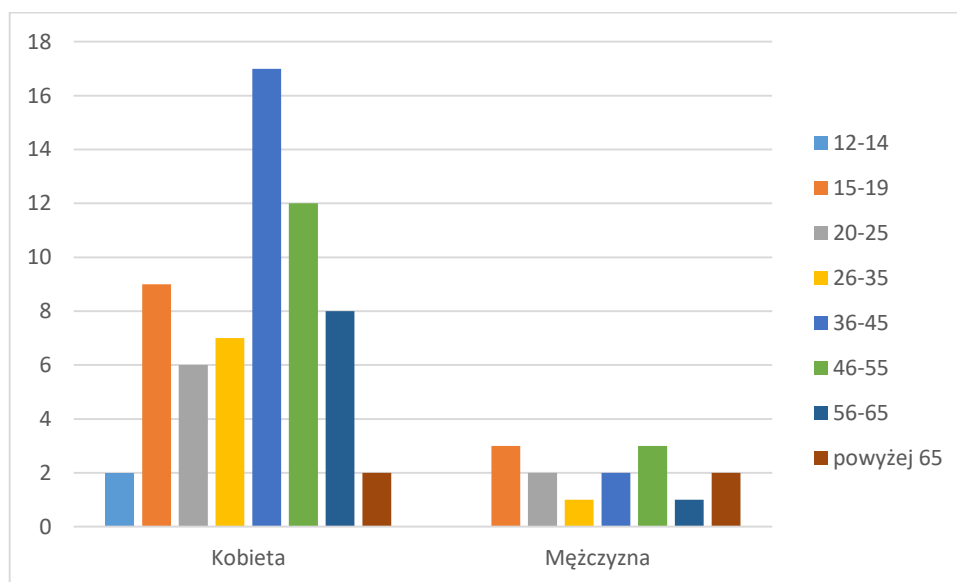
Jak odnotowano wcześniej, tak duża dysproporcja między przedstawicielami różnych płci nie powinna dziwić i w zasadzie jest ona charakterystyczna dla zdecydowanej większości tego typu badań. Dodatkowo samo rozłożenie proporcji przypomina to z odpowiedzi uzyskanych w kwestionariuszach tradycyjnych. Znacznie bardziej zróżnicowane są za to grupy wiekowe:





Zauważmy, że struktura wiekowa jest tutaj znacznie bardziej wypłaszczona niż w przypadku kwestionariuszy tradycyjnych. Tym razem najliczniej reprezentowaną grupą są osoby w wieku od 36 do 35 lat, a młodzież od 15 do 19 roku życia stanowi jedynie 17% wszystkich ankietowanych. Pewnie zdziwienie może budzić niewielka liczba seniorów wśród osób, które wypełniły formularz – tylko 6%. Prawdopodobnie wynika ona z faktu, że ankieta miała charakter cyfrowy, co utrudniło, a nawet uniemożliwiło, wielu przedstawicielom tej grupy wzięcie udziału w badaniu. Nawet jednak z tym zastrzeżeniem, wydaje się, że struktura wiekowa respondentów biorących udział w badaniu jest do pewnego stopnia zbliżona do stanu rzeczywistego.

Zestawienie wyników dotyczących wieku i płci ankietowanych prezentuje poniższy wykres:



Jak możemy zaobserwować, najsilniej wśród ankietowanych reprezentowane są kobiety z grup wiekowych 36-45 lat, 46-55 lat i 56-65 lat. Tyle samo mężczyzn, ile kobiet znalazło się z kolei wyłącznie wśród osób w wieku powyżej 65 lat. Jak już jednak wcześniej wspomniano, wpływ na taki stan rzeczy miała niska reprezentacja tej grupy wśród respondentów wynikająca ze zdalnej formy ankiety.

Kolejne pytanie dotyczyło miejsca zamieszkania ankietowanych. Ponad połowa z nich, bo 57,1% , wskazało, że mieszka w Pińczowie. Pozostałe 42,9% wybrało z kolei opcję „poza Pińczowem”. Graficzne przedstawienie wyników znajduje się na poniższym wykresie:



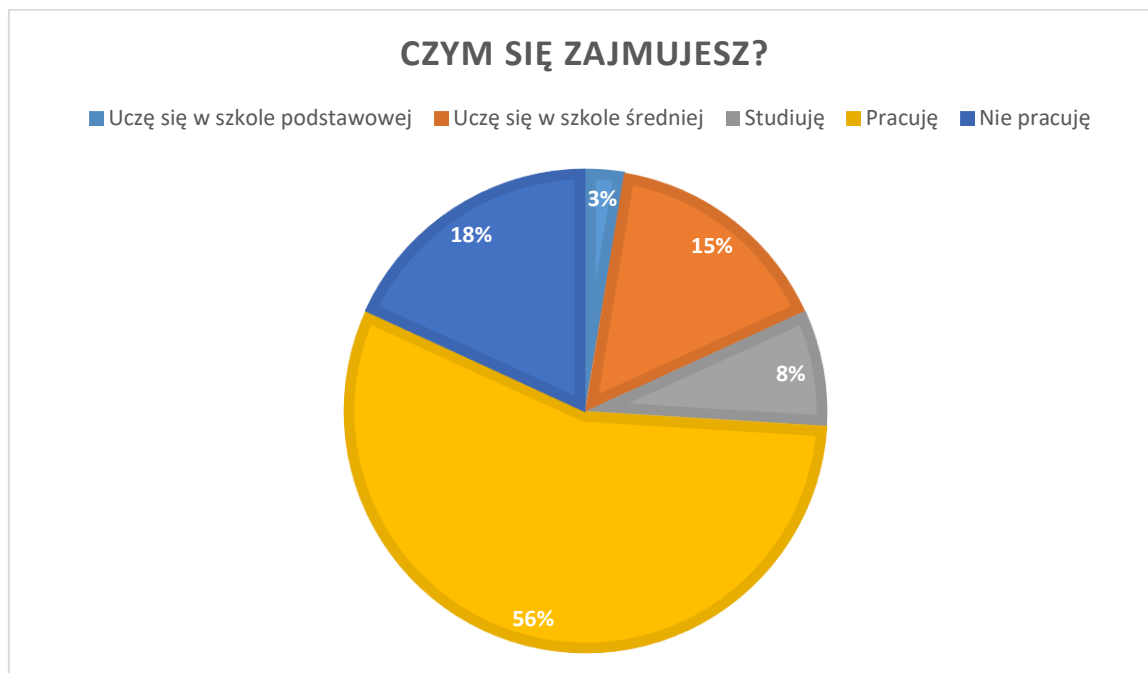
Jeśli chodzi o konkretne części tego miasta, respondenci wskazywali tu:

- Grodzisko (7 odpowiedzi)
- Nowy Świat (6 odpowiedzi)
- Podgórze (4 odpowiedzi)
- Ul. Armii Krajowej (3 odpowiedzi)
- Podgórze (4 odpowiedzi)
- Ul. Sikorskiego (2 odpowiedzi)
- Ul. 3 Maja (2 odpowiedzi)
- Ul. 11 listopada (2 odpowiedzi)
- Ul. Witosa (2 odpowiedzi)
- Ul. Zacisze (2 odpowiedzi)

Pojedyncze osoby wpisywały także ulice: Batalionów Chłopskich, Grunwaldzką, Krótką, Stojeńskiego, Łąkową, Legionistów, Klasztorną, Kościuszki, Bednarską, Żwirki i Wigury oraz osiedle Rewolta. Warto tutaj odnotować, że ankietowani niekorzystający z usług biblioteki stanowili 33% osób mieszkających poza Pińczowem i tylko 4,5% respondentów zamieszkujących w tym mieście.

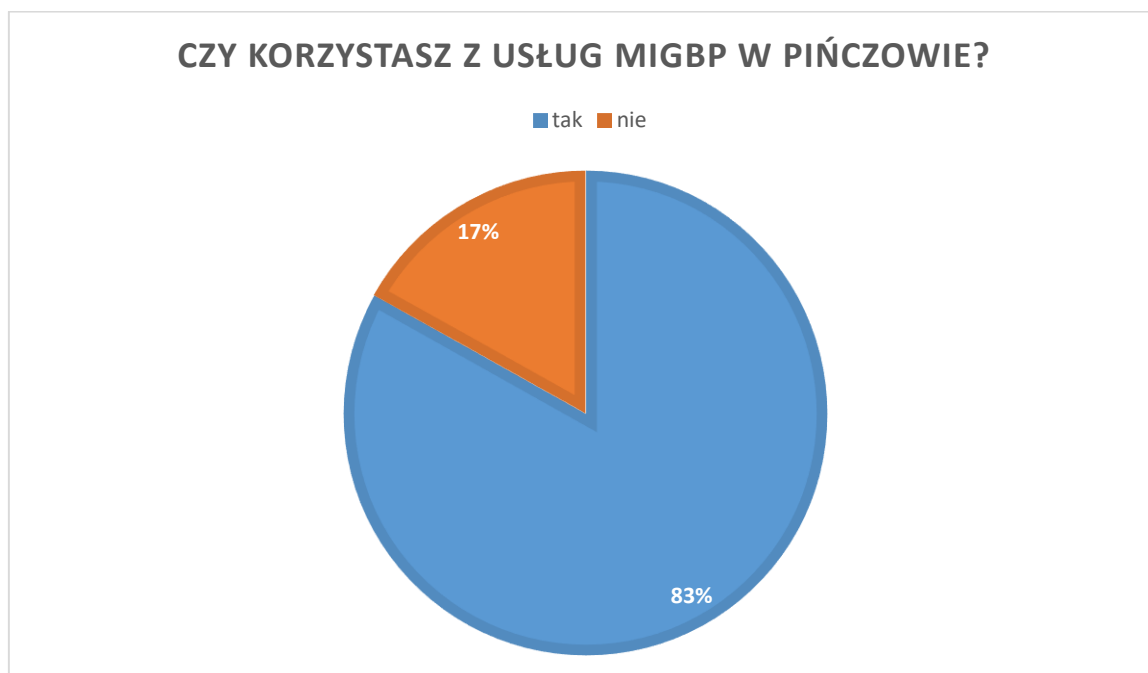
W kolejnym pytaniu, które brzmiało „Czym się zajmujesz?”, zdecydowana większość respondentów (55,8%) stwierdziła, że pracuje. Znacznie mniej wskazań otrzymały odpowiedzi

„Nie pracuję” (18,2%), „uczę się szkole średniej” (15,6%), „studiuję” (7,8%) „uczę się w szkole podstawowej” (2,6%). Wizualizację wyników przedstawia poniższy wykres:



Należy wspomnieć, że na osoby, które wybrały odpowiedź „nie pracuję” złożyło się po 28.5% ankietowanych z przedziału wiekowego 56-65 i powyżej 65 roku życia oraz po 21,5% respondentów z grup wiekowych 26-35 lat i 36-45 lat.

Ostatnie pytanie w metryce dotyczyło tego, czy respondenci korzystają z oferty badanej instytucji, a więc de facto są jej użytkownikami. Odpowiedzi prezentują się następująco:



W grupie osób, które odpowiedziały twierdząco na to pytanie, znalazło się 84% kobiet biorących udział w badaniu i 78,5% mężczyzn. Jednocześnie wśród 64 respondentek i respondentów identyfikujących się jako użytkownicy biblioteki było:

- 3% osób w wieku 12-14 lat;
- 16% osób w wieku 15-19 lat;
- 9% osób wieku 20-25 lat;
- 11% osób w wieku 26-35 lat;
- 23% osób w wieku 36-45 lat;
- 21% osób w wieku 46-55 lat;
- 12% osób w wieku 56-65 lat;
- 5% osób w wieku powyżej 65 roku życia.

### **Analiza odpowiedzi na pytania**

Podobnie, jak w poprzednim formularzu ankietowym, respondentów poproszono o dokończenie zdania „Nie korzystam z tej biblioteki ponieważ...”. Oprócz wyboru jednej lub więcej z sugestii, mogli oni wpisywać także własne propozycje. Wśród 13 osób, które udzieliły odpowiedzi w tej kwestii, aż 7 stwierdziło, że „kupiuję książki”. Trzy osoby przyznały, że nie znają oferty badanej instytucji, a dwie, że nie czytają książek. Jeśli chodzi o własne dopiski, jeden ankietowany wskazał, że brakuje mu czasu, a drugi, że korzysta z innej biblioteki. Warto jednak zwrócić uwagę, że osoby, które stwierdziły, że nie korzystają z usług badanej instytucji, gdyż kupują książki, prawdopodobnie postrzegają bibliotekę, jako źródło lektur, nie dostrzegając przy tym jej oferty animacyjnej i kulturalnej. Być może zatem przy odpowiednich działaniach marketingowych, udałoby się zainteresować ich i tym aspektem funkcjonowania badanej instytucji.

W pytaniu wielokrotnego wyboru „Co zachęciłoby Cię do przyjscia do biblioteki lub jej częstszego odwiedzania?” z największym uznaniem ankietowanych spotkała się odpowiedź „spotkania ze znanymi i ciekawymi ludźmi”, która uzyskała 70,1% wskazań. Na dalszych miejscach znalazły się:

- „wydarzenia plenerowe, tematyczne, kiermasze” – 48,1% wskazań;
- „giełda płyt, staroci” – 42,9% wskazań;
- „warsztaty” – 37,7% wskazań;
- „wystawy” – 36,4% wskazań;

- „spotkania ze specjalistami z różnych dziedzin” – 31,2% wskazań;
- „miejska gra” – 23,4% wskazań;
- „działania innowacyjne, np. wirtualna rzeczywistość” – 13% wskazań.

W tym pytaniu respondenci mogli także wpisywać własne sugestie. Wśród nich znalazły się: „darmowy kącik z książkami”, wystawy „prawdziwych dzieł sztuki, a nie tylko plansz”, ekspozycje prac użytkowników, warsztaty kulinarne i cukiernicze, możliwość wypożyczenia, ale też zagrania w gry planszowe. Warto odnotować, że kilku ankietowanych wspomniało, że wystawy i inne wydarzenia w bibliotece mogłyby być współorganizowane przez mieszkańców Pińczowa. Tego typu sugestie pokazują, że wśród respondentów istnieje – nawet jeśli niewielka – grupa respondentów gotowa zaangażować się w działalność biblioteki. Wydaje się, że jest to potencjał, który należy wykorzystać.

W stosunku do analizowanej wcześniej ankiety tradycyjnej, którą wypełniła głównie młodzież, możemy zauważyć:

- że, w obu przypadkach największym zainteresowaniem cieszył się „spotkania ze znanymi i ciekawymi ludźmi”;
- wzrost zainteresowania odpowiedzią „giełda płyt i staroci” (z 26,8% do 42,9%);
- wzrost zainteresowania odpowiedzią „warsztaty” (z 17,1% na 37,7%);
- wzrost zainteresowania odpowiedzią „wystawy” (z 13% na 36,4%);
- wzrost zainteresowania odpowiedzią „spotkania ze specjalistami z różnych dziedzin” (z 13,8% na 31,2%);
- wzrost zainteresowania odpowiedzią „wydarzenia plenerowe, tematyczne” (z 13% na 48,1%).

Możemy zatem zaobserwować, że ankietowani, którzy wypełnili ankietę online, częściej zaznaczali kilka różnych odpowiedzi, a wachlarz ich zainteresowań wydaje się nieco szerszy i bardziej zróżnicowany. Jednocześnie jednak wpisywali oni mniej własnych propozycji.

W pytaniu „Zaznacz, z której oferty skorzystałbyś, gdyby można było?” po raz kolejny najpopularniejszą odpowiedzią okazało się „napić się kawy lub herbaty”, które otrzymało wskazania od 59,7% ankietowanych. Na dalszych pozycjach znalazły się odpowiedzi:

- „wypożyczyć audiobooki” – 35,1% wskazań;
- „rozwiać własne pasje” – 33,8% wskazań;
- „nauczyć się języka obcego” – 32,5% wskazań;

- „skorzystać z oferty kulturalnej” – 29,9% wskazań;
- „skorzystać z księżkomatu” – 28,6% wskazań;
- „posłuchać muzyki” – 26% wskazań;
- „wypożyczyć książki po godzinach” – 22,1% wskazań;
- „zagrać w planszówki” – 20,8% wskazań;
- „skorzystać ze strefy coworkingu” – 14,3% wskazań.

Niektórzy ankietowani skorzystali także z możliwości wpisania własnych odpowiedzi. Wśród ich propozycji pojawiły się: warsztaty dla dorosłych (np. z rysunku bądź rzeźby), możliwość odpoczęcia w ogródku biblioteki, umożliwienie jedzenia przekąsek w bibliotece. Warto także odnotować, że – poza jednym, zdecydowanym liderem – wskazania na poszczególne propozycje rozkładały się względnie równomiernie, co po raz kolejny podkreśla szerokie spectrum zainteresowań ankietowanych.

Jeśli zestawimy te odpowiedzi z wynikami uzyskanymi w ankietach tradycyjnych, zauważymy:

- że, w obu przypadkach zdecydowanie najpopularniejszą odpowiedzią było „napić się kawy lub herbaty”;
- wzrost zainteresowania odpowiedzią „wypożyczyć audiobooki” (z 19,5% na 35,1%);
- wzrost zainteresowania odpowiedzią „rozвивać własne pasje” (z 4,1% na 33,8%);
- wzrost zainteresowania odpowiedzią „skorzystać z oferty kulturalnej” (z 8,1% na 29,9%);
- wzrost zainteresowania odpowiedzią „skorzystać z księżkomatu” (z 16,3% na 28,6%);
- porównywalną liczbę wskazań na odpowiedź „nauczyć się języka obcego” (27,6% do 32,5%);
- porównywalną liczbę wskazań na odpowiedź „zagrać w planszówki” (17,1% do 20,8%);
- porównywalną liczbę wskazań na odpowiedź „wypożyczyć książki po godzinach” (17,1% do 22,1%);
- porównywalną liczbę wskazań na odpowiedź „posłuchać muzyki” (29,3% do 26%);
- niskie zainteresowanie odpowiedzią „skorzystać z coworkingu” (7,6% i 14,3%).

Kolejne pytanie miało charakter otwarty i brzmiało „jakich wydarzeń kulturalnych brakuje Ci w Pińczowie?”. Odpowiedzi ankietowanych można podzielić na kilka kategorii:

- Pierwsza dotyczy wydarzeń o charakterze muzycznym. Respondenci wspominali o koncertach i słuchaniu muzyki na żywo. Niektórzy precyzowali swoje odpowiedzi, wskazując na „koncerty rockowe” bądź „koncerty znanych artystów”.

- Druga kategoria to spotkania ze znanymi i ciekawymi ludźmi. W tym kontekście ankietowani najczęściej wspominali o pisarzach, choć nie podawali konkretnych nazwisk. Niektórzy precyzowali, że chodzi im o autorów książek młodzieżowych albo o znane nazwiska.
- Trzeci typ odpowiedzi skupia się wokół zajęć i warsztatów skierowanych do konkretnych grup wiekowych. Najczęściej wspomniano tutaj o inicjatywach dla młodzieży i propozycjach dla dorosłych mieszkańców Pińczowa.
- Czwarta kategoria odpowiedzi dotyczy różnego rodzaju jarmarków i kiermaszów. Ankietowani wspominali tutaj również o targu staroci czy giełdzie książek, a także o festynach dla lokalnej społeczności.
- Piąta grupa odpowiedzi oscyluje wokół teatru. Respondenci wspominali, że w Pińczowie brakuje spektakli, a nawet warsztatów z tej dziedziny.

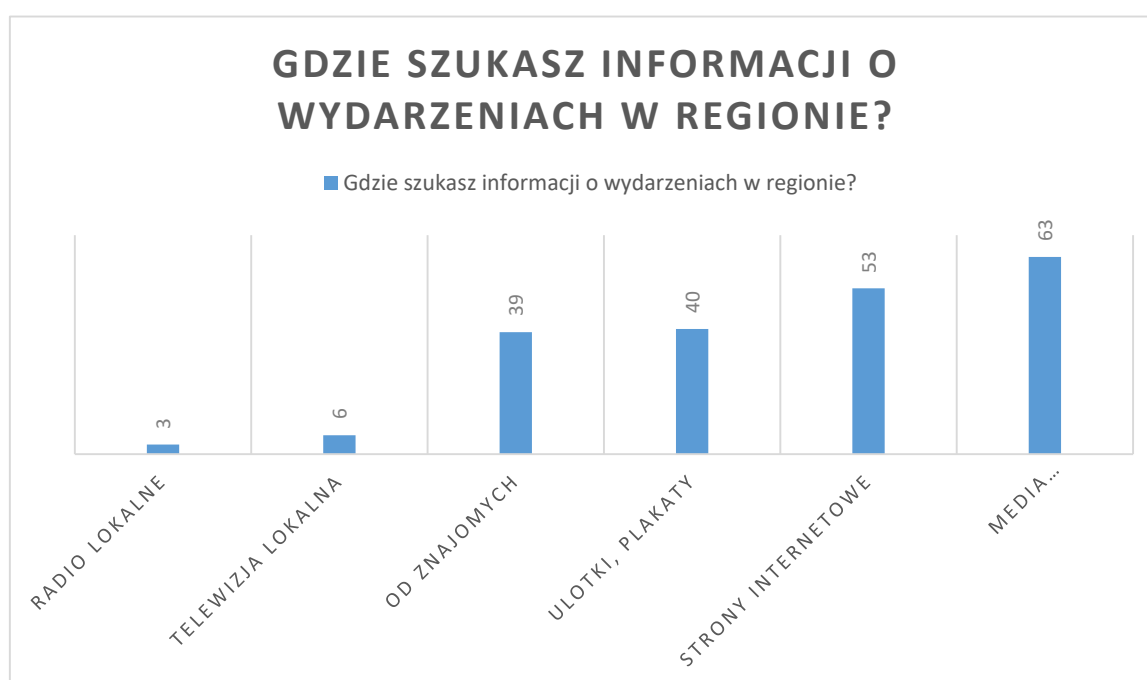
Pojedyncze osoby napisały także o grach miejskich, kabaretach, karaoke, projekcjach filmowych, zajęciach w terenie. Ciekawą propozycją było zorganizowanie warsztatów kulinarnych nawiązujących swoją tematyką do znanych dzieł literackich. Kilka osób odpowiedziało, że w Pińczowie „dużo się dzieje” i „nie brakuje niczego”, a jedna zasugerowała wręcz, że duża ilość różnego rodzaju imprez wpływa na obniżenie ich poziomu.

W dalszej części kwestionariusza ankietowanych spytano o to, co lubią robić w wolnym czasie. Mogli oni wybrać co najmniej jedną z przedstawionych w pytaniu odpowiedzi lub wpisać własną propozycję. Ich wskazania prezentują się następująco:

- „czytam” – 64% wskazań;
- „spotykam się z rodziną i znajomymi” – 55,8% wskazań;
- „przeglądam internet, media społecznościowe” – 51,9% wskazań;
- „chodzę na spacer” – 49,4% wskazań;
- „podróżuję, zwiedzam” – 48,1% wskazań;
- „oglądam filmy, seriale” – 39% wskazań;
- „uprawiam działkę” – 27,3% wskazań;
- „uprawiam sport” – 23,4% wskazań;
- „robię zakupy” – 20,8% wskazań;
- „gram w gry” – 18,2% wskazań;
- „oglądam programy informacyjne” – 18,2%.

Ankietowani, którzy skorzystali z możliwości wpisania własnej odpowiedzi, wspominali o: szydełkowaniu, gotowaniu i pieczeniu, graniu w gry planszowe, wycieczkach rowerowych, malowaniu i rysowaniu, a także o zbieraniu ziół leczniczych. Podobnie jak wynikach ankiety tradycyjnej, uwidoczni się nam tutaj szerokie spectrum zainteresowań respondentów, które rozciąga się czytania, przez nowe technologie, aż po aktywności ruchowe. W tym kontekście warto także zauważyć, że żadna z biorących udział w badaniu osób nie zaznaczyła wyłącznie odpowiedzi „czytam”. Aktywność ta była zawsze łączona z innymi formami spędzania wolnego czasu.

W pytaniu „gdzie szukasz informacji o wydarzeniach w regionie” zauważalna jest wyraźna przewaga kanałów cyfrowych nad tradycyjnymi, co ilustruje poniższy wykres:



Trzeba zwrócić uwagę, że, choć odpowiedzi „od znajomych” i „ulotki, plakaty” zaznaczyło ponad 50% ankietowanych, to jednak były one zdecydowanie mniej popularne niż „strony internetowe” i „media społecznościowe”, które otrzymały kolejno 68,8% i 81,8% wskazań. Warto zauważyć, że większość respondentów korzysta z różnych kanałów komunikacji:

- wyłącznie odpowiedź „media społecznościowe” zaznaczyło 10,3% ankietowanych;
- wyłącznie odpowiedź „strony internetowe” zaznaczyło 3,8% ankietowanych
- odpowiedzi skupiające się wyłącznie na tradycyjnych kanałach komunikacji zaznaczyło jedynie 3,8% ankietowanych.



Z powyższego wynika, że 82,1% respondentów informację o wydarzeniach w regionie czerpie z różnych – zarówno cyfrowych, jak i tradycyjnych – źródeł. W przypadku tych ostatnich jednak poczta pantoflowa, ulotki i plakaty okazują się znacznie skuteczniejsze niż lokalne radio i telewizja.

Wzrost znaczenia kanałów cyfrowych potwierdzają także odpowiedzi na pytanie „Jaką drogą chciałabyś/łbys otrzymywać informacje o ofercie biblioteki?”. 81,8% wskazań otrzymała tu odpowiedź „Facebook”, co wydaje się klarowną wskazówką dla badanej instytucji na temat tego, w które kanały komunikacyjne powinna najmocniej inwestować. Różnice w proporcjach między kolejnymi propozycjami były już stosunkowo niewielkie i prezentowały się następująco:

- „e-mail (newsletter)” – 35,1% wskazań;
- „Instagram” – 32,5% wskazań;
- „ulotka” – 23,4% wskazań;
- „SMS” – 20,8% wskazań;
- „słup ogłoszeniowy” – 20,8% wskazań;
- „TikTok” – 13% wskazań;
- „lokalne radio internetowe” – 1,3% wskazań;
- „ogłoszenia w lokalnej prasie” – 1,3% wskazań.

Taki układ proporcji w odpowiedziach na to pytanie zdaje się mówić, że najlepszą metodą dla biblioteki na informowanie o swojej ofercie będzie postawienie na marketing internetowy, jedynie wspierany przez tradycyjne narzędzia reklamy, przede wszystkim ulotki i plakaty.

Następne pytanie dotyczyło tego, jakie gatunki książek ankietowani chcieliby widzieć najczęściej na półkach badanej instytucji. Ich największym zainteresowaniem cieszyły się odpowiedzi „kryminał, sensacja, thriller” (46,8%) oraz „literatura obyczajowa, romans” (41,6%). Na dalszych miejscach znalazły się propozycje „fantasy, science fiction” (27,3%), „reportaż” (27,3%) i „literatura młodzieżowa” (23,4%). Zdecydowanie najmniejszą popularnością odnotowano w przypadku „horroru”, który otrzymał jedynie 10,4% wskazań. 19,5% ankietowanych zaznaczyło z kolei odpowiedź „z dużą czcionką” odnoszącą się raczej stylu projektowania publikacji niż jej przynależności gatunkowej. Uzyskane w odpowiedziach na analizowane pytanie wyniki przedstawiono na poniższym wykresie:



W stosunku do odpowiedzi na to samo pytanie zdane w tradycyjnym formularzu ankietowym, możemy odnotować:

- spadek zainteresowania odpowiedzią „horror” (z 33,3% na 10,4%)
- wzrost zainteresowania odpowiedzią „reportaż” (z 15,4% na 27,3%)
- stałe, wysokie zainteresowanie odpowiedziami „literatura obyczajowa, romans” i „kryminał, sensacja, thriller”.

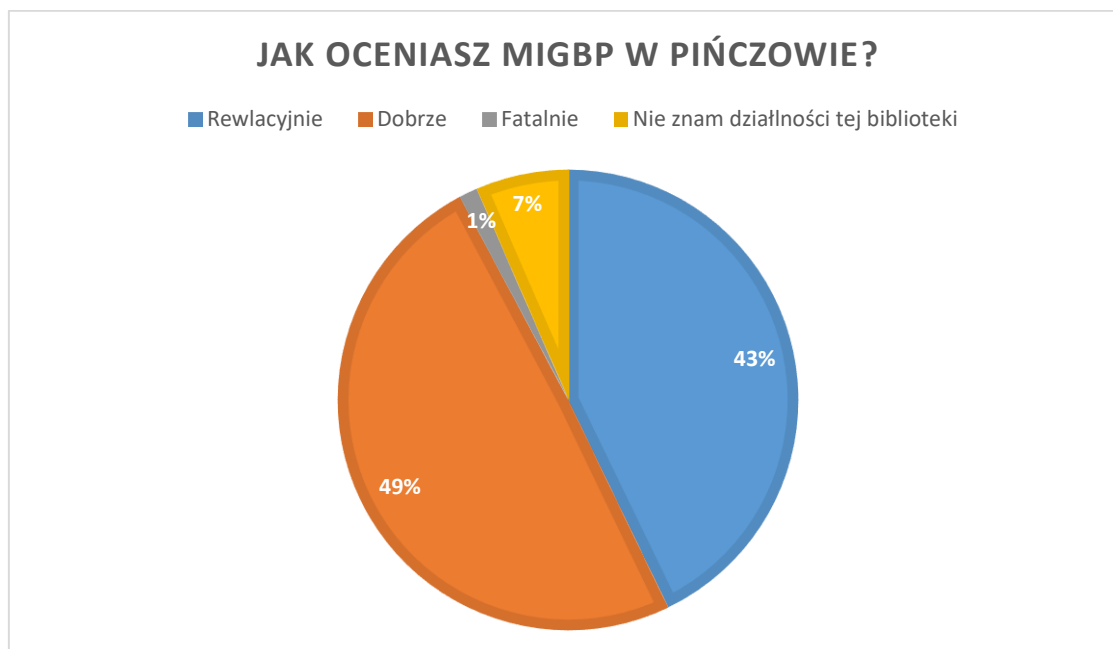
Oprócz wybierania jednej z zaproponowanych możliwości, ankietowani mogli także wpisywać własne propozycje. Wśród tych znalazły się książki naukowe, historyczne (szczególnie okres II wojny światowej), podróżnicze, przyrodnicze, kulinarne, erotyczne, a także różnego rodzaju poradniki i przewodniki turystyczne.

Kontynuując wątek literacki, spytano respondentów o to, z jakimi autorami chcieliby się spotkać w bibliotece. Rozpiętość ich odpowiedzi była bardzo szeroka. Wydaje się jednak, że pewien prym wiedli pisarze specjalizujący się w kryminałach, szczególnie Remigiusz Mróz, Katarzyna Bonda i Marek Krajewski. Wśród zaproponowanych nazwisk znaleźli się także najpopularniejsi rodzimi autorzy reprezentujący różne gatunki literackie: Olga Tokarczuk, Andrzej Sapkowski, Katarzyna Grochola, Mariusz Szczygieł. Oprócz nich ankietowani wymieniali: Weronikę Ancerowicz, Aleksandrę Negrońską, Martę Łabęcką, Katarzynę

Barlińską, Monikę Rutkę, Izabelę Nowaczyk, Ewelinę Miśkiewicz, Agę Grzelak, Magdalenę Galewską-Kustrę, Martę Matyszczak, Martę Krajewską, Emilię Dziubak, Marcina Minora, Katarzynę Berenikę Miszczuk, Marcina Mellera, Wojciecha Jagielskiego, Wojciecha Tochmana, Weronikę Marczak, Gabrielę Gargaś, Victora Borsuka, Juliusza Ćwielucha, Roksanę Jędrzejewską-Wróbel, Ryszarda Ćwirleja, Katarzynę Michalak, Tomasza Piątka, Barbarę Kazanę, Maję Popielarską, Annę Starmach, Oskara Cymśa, Wiktora Borsuka, Idę Nowakowską, Katarzynę Skrzynecką, Magdę Mołek, Jacka Hugo Badera, Janinę Bąk, Wojciecha Drewniaka, Łukasza Radeckiego, Tomasza Rożka.

Respondentów spytano także o ich ulubione wydawnictwa. Ponad 1/4 ankietowanych, którzy odpowiedzieli na to pytanie, stwierdziła, że nie ma swojego faworyta. Kilku z nich dodało, że liczy się przede wszystkim treść, a nie oficyna, która ją publikuje. Pozostali respondenci wskazywali na: wydawnictwo Niezwykłe, Wydawnictwo Literackie, Prószyński i s-ka, wydawnictwo Czarne, Czarną Owcę, wydawnictwa BeYa, Świat Książki, Znak, wydawnictwo Bosz, wydawnictwo Otwarte, Naszą Księgarnię, oficynę Feniks, wydawnictwo IX, wydawnictwo Must Read i Bezdroża.

W ostatniej części formularza ankietowanych poproszono o ocenę badanej instytucji. Ich odpowiedzi przedstawia poniższy wykres:



Jak widać, ankietowani wysoko cenią sobie funkcjonowanie badanej instytucji. Ocenę „fatalnie” wystawiła jej tylko jedna osoba. Pięciu respondentów przyznało, że nie zna jej działalności. Pozostali zdecydowali się na propozycję „dobrze” lub „rewelacyjnie”.

Tak pozytywny odzew potwierdzają także odpowiedzi na ostatnie pytanie, w którym respondenci mogli dzielić się swoimi uwagami na temat badanej instytucji. Wielu z nich stwierdziło, że nie ma żadnych obiekcji, biblioteka działa „wspaniale” i rozwija się we właściwym kierunku. Ankietowani podkreślali kompetencje oraz przyjazne nastawienie pracującego tam personelu oraz stałe rozszerzanie oferty i nowe, ciekawe propozycje. Pojawiające się w odpowiedziach prośby dotyczyły w zasadzie dwóch aspektów: zaaranżowania na terenach zielonych koło biblioteki ogródka bądź strefy relaksu oraz organizacji większej liczby wycieczek, zajęć i warsztatów, szczególnie dla dorosłych, młodzieży i rodzin z dziećmi. Jedna osoba wspomniała o potrzebie zainstalowania książkomatu.

#### **IV. Wnioski**

Jak pokazały wyniki obu ankiet Miejska i Gminna Bibliotek im. Jana Orlycha Szanieckiego w Pińczowie cieszy się dobrą opinią. Respondenci w ogromnej większości przypadków oceniali jej funkcjonowanie „dobrze” bądź „rewelacyjnie”. Ankietowani doceniali jej personel oraz zachodzące w niej zmiany i transformację w kierunku trzeciego miejsca. Uzyskane w badaniu komentarze sugerują, że biorące nim udział osoby chcą by ten proces postępował. Wskazują na to choćby prośby o większą ilość zajęć dla dzieci, rodzin i dorosłych czy sugestie zaaranżowania na terenach zielonych wokół biblioteki specjalnej „przestrzeni relaksu”. Co więcej, w pytaniu o dodatkowe aktywności, które mogłaby oferować badana instytucja, ankietowani najczęściej wskazywali na możliwość napicia się kawy bądź herbaty. Prawdopodobnie przychylenie się do tej propozycji sprawiłoby, że jeszcze chętniej spędzaliby oni czas w murach biblioteki.

Warto zwrócić także uwagę na fakt, że wielu ankietowanych chciałoby rozwijać swoje pasje w bibliotece, uczyć się tam języków obcych, korzystać z oferty kulturalnej. Tego typu odpowiedzi to kolejny dowód na to, że uczestnikom badania zależy na bibliotece wykraczającej daleko poza jej podstawowe funkcje, to jest przechowywanie i udostępnianie zbiorów.

Jeśli chodzi o działania, które mogłaby podjąć badana instytucja w celu przyciągnięcia nowych użytkowników i zacieśnienia więzi aktualnymi, to – jak pokazują wyniki ankiet – najlepszy efekt powinny odnieść spotkania z ciekawymi i znanymi ludźmi, w tym pisarzami, czy osobowościami medialnymi. Oprócz tego respondenci wykazywali duże zainteresowanie różnego rodzaju wydarzeniami w plenerze, spotkaniami tematycznymi czy kiermasze i giełdy (np. staroci i książek). Wśród innych popularnych odpowiedzi znalazły się także gry miejskie i możliwość słuchania muzyki. W tym kontekście należy pamiętać, że koncerty i słuchanie muzyki na żywo to te rozrywki, których pińczowianom brakuje najbardziej.

W kwestii komunikacji ze swoim otoczeniem, najlepsze efekty powinno przynieść wykorzystywanie kanałów cyfrowych. Choć ankietowani ciągle stosunkowo często wskazywali na pocztą pantoflową czy ulotki i plakaty jako źródła informacji o tym, co dzieje się w regionie, to wybierali te odpowiedzi znacznie rzadziej niż media społecznościowe, szczególnie Facebook. Wydaje się zatem, że to właśnie ten środek przekazu powinien stanowić centralny punkt kampanii promujących ofertę biblioteki. Oczywiście, nie wolno zapominać o tradycyjnych kanałach, przede wszystkim plakatach i ulotkach, jako dobrym sposobie na dotarcie w szczególności do starszych osób. Metody te powinny jednak stanowić uzupełnienie

marketingu internetowego. Opieranie swoich działań na lokalnej telewizji i radiu, jak pokazują wyniki badania, raczej nie przyniesie dobrych rezultatów. Jednocześnie wykorzystanie stron internetowych lokalnych instytucji i mediów do informowania o tym, co dzieje się w bibliotece, niewątpliwie zwiększy jej zasięgi.

Jeśli chodzi o konkretne grupy, na których powinny się skupić działania marketingowe badanej instytucji, należałoby wskazać na młodzież i mężczyzn. Choć formularz ankietowy, szczególnie tradycyjny, wypełniło wiele osób poniżej 20 roku życia, to ponad połowa z nich wskazała w nim, że nie korzysta z usług biblioteki. Jak też wynika z badania, duża część tego grona nie czyta książek bądź też je kupuje. Bogaty i różnorodny księgozbiór nie będzie zatem dla nich wystarczającą zachętą do przyścia do biblioteki. Zdecydowanie lepsze efekty powinna przynieść odpowiednio wyprofilowana oferta animacyjna i kulturalna oparta na opisanych powyżej filarach. W przypadku mężczyzn zaś, problem pojawił się już w dotarciu do nich z ankietą. W obu przypadkach formularze wypełniło około pięć razy mniej przedstawicieli tej płci niż kobiet. Oczywiście, w dużej mierze jest wynik zakodowanych w społeczeństwie stereotypów. Bez długotrwałej pracy u podstaw zmiana tego trendu nie będzie możliwa.

W kwestii księgozbioru, ankietowani byli szczególnie zainteresowani dwiema kategoriami książek „literaturą obyczajową i romansami” oraz „kryminałami, sensacją i thrillerami”. Wśród młodzieży popularny był również gatunek young adult. W tej grupie respondentów dużą liczbą wskazań cieszył się także „horror”, który jednak nie znalazł uznania w oczach starszych ankietowanych. Odwrotną sytuację można odnotować w przypadku „reportażu”. Wśród wszystkich respondentów umiarkowanym zainteresowaniem cieszyła się literatura fantastyczna. Warto także zwrócić uwagę na kilkunastoprocentową grupę osób, którym zależało na książkach wydrukowanych „dużą czcionką”. W kwestiach formalnych trzeba również odnotować rosnące zainteresowanie audiobookami. Tego typu odpowiedzi pokazują, że księgozbiór biblioteki powinien rozwijać się nie tylko pod kątem różnorodności gatunkowej, ale też formalnej.