



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



MBA
Master in Business Administration
U of WA

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ « MBA » ΜΕ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

**Η αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών της Εθνικής Βιβλιοθήκης
της Ελλάδος**

Συγγραφέας

ΝΙΝΑΣ ΣΩΤΗΡΙΟΣ

MBA 18049

Επιβλέπουσα καθηγήτρια

ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΥ ΠΗΝΕΛΟΠΗ

Αθήνα, Απρίλιος 2024



**UNIVERSITY OF WEST ATTICA
SCHOOL OF ADMINISTRATIVE,
ECONOMIC AND SOCIAL SCIENCES**



DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Master in Business Administration (MBA)

Diploma Thesis

Perceived service quality of National Library of Greece

Author

NINAS SOTIRIOS

MBA 18049

Supervisor Professor

ATHANASOPOULOU PINELOPI

Athens, April 2024



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ



MBA
Master in Business Administration
U of WA

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ « MBA » ΜΕ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή

Η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

A/α	ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
1	ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΥ ΠΗΝΕΛΟΠΗ	ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ	
2	ΓΙΟΒΑΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ	ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ	
3	ΚΑΛΛΙΒΩΚΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	ΕΠΙΚΟΥΡΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ	

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος Νίνας Σωτήριος του Χρήστου, με αριθμό μητρώου MBA 18049 φοιτητής του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών Διοίκηση Επιχειρήσεων – Master in Business Administration (MBA) του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων της Σχολής Διοικητικών, Οικονομικών και Κοινωνικών επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

**Επιθυμώ την απαγόρευση πρόσβασης στο πλήρες κείμενο της εργασίας μου μέχρι και έπειτα από αίτηση μου στη Βιβλιοθήκη και έγκριση του επιβλέποντα καθηγητή.*

*** Ονοματεπώνυμο /Ιδιότητα**

**Ψηφιακή Υπογραφή Επιβλέποντα
(Υπογραφή)**

Ο Δηλών



*** Εάν κάποιος επιθυμεί απαγόρευση πρόσβασης στην εργασία για χρονικό διάστημα 6-12 μηνών (embargo), θα πρέπει να υπογράψει ψηφιακά ο/η επιβλέπων/ουσα καθηγητής/τρια, για να γνωστοποιεί ότι είναι ενημερωμένος/η και συναινεί. Οι λόγοι χρονικού αποκλεισμού πρόσβασης περιγράφονται αναλυτικά στις πολιτικές του Ι.Α. (σελ. 6):**

https://www.uniwa.gr/wp-content/uploads/2021/01/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CC%81%CF%82_%CE%99%CE%B4%CF%81%CF%85%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%85%CC%81_%CE%91%CF%80%CE%BF%CE%B8%CE%B5%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CC%81%CE%BF%CF%85_final.pdf

Πρόλογος

Αρχικά θα ήθελα να απευθύνω θερμές ευχαριστίες στην επιβλέπουσα καθηγήτρια της παρούσας ερευνητικής μεταπτυχιακής εργασίας, κυρία Αθανασοπούλου Πηνελόπη επίκουρη καθηγήτρια του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων MBA του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, που με καθοδήγησε με χρήσιμες συμβουλές για τη συγγραφή της εργασίας. Όπως επίσης, όλους τους καθηγητές του μεταπτυχιακού προγράμματος, οι οποίοι μου μεταλαμπάδευσαν τις γνώσεις τους με την εμπειρία και τις αξίες που τους διακατέχουν.

Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους συνεργάτες μου στο Οικονομικό Τμήμα της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος για τη συμβολή και τη συνεργασία καθώς επίσης και όσους χρήστες συμμετείχαν και συνέβαλαν στην έρευνα.

Τέλος, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στους γονείς μου και στον αδερφό μου για την ατέρμονη ψυχολογική στήριξη που μου παρείχαν όλα αυτά τα χρόνια, όπως επίσης και για την οικονομική στήριξη στα πλαίσια διεκπεραίωσης αυτού του προγράμματος σπουδών.

Απρίλιος 2024

Νίνας Σωτήριος

Αφιερώνεται:
Στους γονείς μου Χρήστος και Ιρένα,
στον αδερφό μου Αινεία και
στον εκλιπόντα Γενικό Διευθυντή
της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος,
Δρ. Τσιμπόγλου Φίλιππο.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη.....	1
Abstract	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
1.1 Η σημαντικότητα του θέματος.....	4
1.2 Το ερευνητικό εργαλείο	4
1.3 Η δομή της εργασίας.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ.....	9
2.1 Οι Εθνικές βιβλιοθήκες	9
2.1.1 Το κοινό των βιβλιοθηκών και το μήνυμα	9
2.2 Ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών: Έννοια και ιστορική αναδρομή.....	10
2.3 Αριστεία στην υπηρεσία: Η άρρηκτη σχέση με την ποιότητα των υπηρεσιών	14
2.3.1 Επιχειρηματική αριστεία στην περίπτωση μιας βιβλιοθήκης	19
2.3.2 Συστήματα μέτρησης ποιότητας σε βιβλιοθήκες	22
2.4 Η περίπτωση της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος (ΕΒΕ)	25
2.4.1 Το προφίλ της ΕΒΕ.....	25
2.4.2 Η αποστολή και το όραμα της ΕΒΕ.....	27
2.4.3 Υπηρεσίες και τμήματα της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος	27
2.4.4 Ο σχεδιασμός και οι 4 διαστάσεις Balance Scorecard της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας	28
2.5 Ο σκοπός της Διπλωματικής εργασίας και τα ερευνητικά ερωτήματα	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	33
3.1 Φιλοσοφία της έρευνας	33
3.2 Ερευνητική προσέγγιση	34
3.3 Τεχνική της έρευνας.....	34
3.3.1 Είδη έρευνας και επιλογή ερευνητικής στρατηγικής	35
3.3.2 Μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε	35
3.3.3 Χρήση ServQual ως εργαλείο μέτρησης ποιότητας της βιβλιοθήκης.....	36
3.4 Σχεδιασμός και δημιουργία ερωτηματολογίου	37
3.4.1 Διαδικασία δειγματοληψίας.....	39
3.4.2 Η κωδικοποίηση των μεταβλητών μέτρησης της ποιότητας.....	39
3.4.3 Δικαιολόγηση των τρόπων της στατιστικής ανάλυσης που θα ακολουθήσουν	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	47
4.1 Παρουσίαση Δημογραφικών Στοιχείων – Προφίλ του δείγματος.....	47

4.1.1 Φύλο	47
4.1.3 Εκπαιδευτικά προσόντα	48
4.1.4 Επαγγελματική κατάσταση	50
4.1.5 Ανάλυση crosstabs	50
4.2 Παρουσίαση απόψεων της ομάδας στόχου από την έρευνα.....	51
4.2.1 Ανάλυση χασμάτων (Gap score) μέσω του μοντέλου Servqual	61
4.3 Έλεγχος και ανάλυση αξιοπιστίας (Cronbach's Alpha)	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	72
5.1 Τελικά συμπεράσματα	72
5.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα	74
5.3 Περιορισμοί της έρευνας	75
Βιβλιογραφικές πηγές	76
Παράρτημα Α: Ερωτηματολόγιο έρευνας.....	80
Παράρτημα Β: Πίνακες αρχείου Output SPSS.....	97
Παράρτημα Γ.: Εικόνες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος	105

Περίληψη

Στην σημερινή εποχή της υγειονομικής και οικονομικής κρίσης, όπου η τεχνολογία συνεχώς αναπτύσσεται, καθίσταται απαραίτητο οι βιβλιοθήκες να εμπνεύσουν και να προσελκύσουν το κοινό στο οποίο απευθύνονται αναπτύσσοντας μια σχέση επικοινωνίας και συνεργασίας. Για να επιτευχθεί αυτό χρειάζονται οι κατάλληλες τεχνικές όπως θα προκύψουν από τις προτιμήσεις των χρηστών. Η βέλτιστη στρατηγική της διοίκησης της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας θα πρέπει να συμβαδίζει με τις προκλήσεις της εκάστοτε περιόδου, έτσι ώστε να προσελκύει ολοένα και περισσότερους χρήστες

Αντικείμενο μελέτης της παρούσας ερευνητικής μεταπτυχιακής εργασίας αποτελεί η αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος. Το θεωρητικό μέρος της εργασίας βασίζεται σε δευτερογενή στοιχεία που αντλήθηκαν από την ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία με σκοπό ο αναγνώστης να πληροφορηθεί για την διοίκηση ποιότητας των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης, έτσι ώστε να εισχωρήσει στο πλαίσιο της έρευνας. Το ερευνητικό μέρος στηρίζεται σε ποσοτικές προσεγγίσεις με την χρήση ερωτηματολογίου. Η ποσοτική έρευνα πραγματοποιήθηκε αποκλειστικά με ψηφιακά μέσα και βασίστηκε στο εργαλείο Service Quality (ServQual), όπου στόχος ήταν να διερευνηθεί το πώς αξιολογούν οι χρήστες τις υπάρχουσες υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης, τι προσδοκούν από τις υπηρεσίες στις οποίες είναι αποδέκτες, καθώς και τι θα ήθελαν να βελτιωθεί με βάση την κρίση τους. Τα αποτελέσματα θα βοηθήσουν την διοίκηση της Βιβλιοθήκης να χρησιμοποιήσει τα κατάλληλα εργαλεία, μέσω των οποίων θα διαμορφωθούν οι στρατηγικές της.

Η εργασία αυτή προσπαθεί να εντοπίσει τους παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τις στάσεις και διαμορφώνουν τις αντιλήψεις του κοινού της Βιβλιοθήκης αλλά και των εν δυνάμει χρηστών της με τέτοιο τρόπο, ώστε να επηρεάζουν την βελτίωση της λειτουργίας της. Από τη μελέτη της περίπτωσης προκύπτουν η ικανοποίηση του κοινού από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, η απήχυσή της στην τοπική κοινωνία και πληροφορίες σχετικά με τις δράσεις της.

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι προσδοκίες των χρηστών είναι υψηλότερες σε σχέση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες και πρέπει να παρθούν όλα τα αναγκαία μέτρα προκειμένου να αναβαθμιστούν.

Λέξεις Κλειδιά: Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος, αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προσέλκυση χρηστών, έρευνα χρηστών, αξιολόγηση υπηρεσιών, προσδοκίες, αντιλήψεις, Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος

Abstract

In this time and era of health and economic crisis, where technology is constantly evolving, it is imperative that libraries inspire and appeal to the target audience by developing a relationship of communication and collaboration. To achieve this, the appropriate techniques are needed as they will arise from the preferences of the users. The optimal strategy of the administration of the National Library of Greece should keep pace with the challenges of each period, so as to attract more and more users.

The subject of this research postgraduate thesis is the perceived service quality of the National Library of Greece. The theoretical part of the work is based on secondary data drawn from the Greek and international literature in order for the reader to be informed about the quality management of the Library's services, so that it enters the context of the research. The research part is based on quantitative approaches using a questionnaire. The quantitative research was carried out exclusively with digital means and was based on the Service Quality tool (ServQual), where the aim was to investigate how users evaluate the existing services of the Library, what they expect from the services they receive, as well as what they would like to have improve based on their judgment. The results will help the Library management to use the appropriate tools, through which its strategies will be formulated.

The present thesis tries to identify the factors that influence the attitudes and shape the perceptions of the public of the Library as well as its potential users in such a way as to influence the improvement of its operation. From the study of the case, the public's satisfaction with the services provided, its impact on the local community and information about its actions emerge.

The research concluded that the expectations of users are higher than the services provided and all necessary measures must be taken in order to upgrade them.

Keywords: *National Library of Greece, perceived service quality,, social media, attract users, user research, service evaluation, expectations, perceptions, Stavros Niarchos Foundation Cultural*

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι βιβλιοθήκες σήμερα λόγω των διεθνών εξελίξεων καλούνται να επιτελέσουν έναν πολυδιάστατο ρόλο και ένα εξωστρεφή χαρακτήρα προς το κοινό. Συνεπώς, δεν περιορίζονται μόνο στη φύλαξη τεκμηρίων πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά εξελίσσονται σε χώρους ψυχαγωγίας, πληροφόρησης, πολιτισμού και εκπαίδευσης σε κάθε ηλικιακή ομάδα. Ο νέος αυτός ρόλος δημιουργεί την ανάγκη της ανάπτυξης της επικοινωνίας με το κοινό, έτσι ώστε η σχέση τους να καθίσταται δυναμική. Έτσι, κρίνεται αναγκαίος ο σχεδιασμός στοχευμένης επικοινωνιακής πολιτικής, η οποία θα έχει ως αποστολή την ευαισθητοποίηση και την συμμετοχή του κοινού (Wojciechowska, 2021). Επομένως, οι βιβλιοθήκες έρχονται σε επαφή με την τοπική κοινωνία, αλλά και σε πανελλαδικό επίπεδο ως ζωντανός οργανισμός μέσα από τις δράσεις, τις υπηρεσίες και τα προγράμματά της ως ζωντανός οργανισμός, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην κοινωνική, πνευματική και πολιτιστική ανάπτυξη (Χωρεμή - Ψωμοπούλου, 2007)

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (OECD) η βιβλιοθήκη αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο μάρκετινγκ προσέλκυσης κοινού, ώστε να γνωρίσουν την πολιτιστική κληρονομιά της χώρας και όχι μόνο. Στον κλάδο των βιβλιοθηκών το εργαλείο αυτό δεν είναι άγνωστο. Από αρχαιοτάτων χρόνων οι βιβλιοθηκάριοι αντιμετώπιζαν ανταγωνισμό από τους εύπορους και άρχοντες της εποχής για την συλλογή χειρογράφων, αλλά και τα προγράμματα που δημιουργούσαν για την προσέλκυση του κοινού αποδεικνύουν ότι στο έργο της βιβλιοθήκης βασικό εργαλείο αποτελεί το μάρκετινγκ. Αυτό γίνεται επίσης κατανοητό από τα εντυπωσιακά κτήρια όπου στεγάζονται και την εσωτερική τους διαρρύθμιση παρέχοντας τέτοιες υπηρεσίες με την βοήθεια του μάρκετινγκ «άυλων προϊόντων» ή αλλιώς «ιδεών». Στην σημερινή εποχή, η χρήση της τεχνολογίας καθιστά τις βιβλιοθήκες εκτεθειμένες στο κοινό με τέτοιο, τρόπο ώστε η παροχή υπηρεσιών να αποτελεί αναγκαίο μέσο διασφάλισης της φήμης και της αποτελεσματικότητά της, αλλά και της ικανοποίησης εξειδικευμένων αναγκών που έχουν πλέον οι χρήστες (Δρ Κατσιρίκου, 2021).

1.1 Η σημαντικότητα του θέματος

Η μελέτη της παρούσας διπλωματικής εργασίας επικεντρώνεται στην επισκόπηση της ελληνικής και διεθνούς βιβλιογραφίας, όπως επίσης και της εξειδικευμένης αρθρογραφίας για την αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών (Perceived Service Quality) της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας. Πιο συγκεκριμένα, στο κατά πόσο οι στρατηγικές της διοίκησης μπορούν να βελτιώσουν τις υπηρεσίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας και να αυξήσουν την προσέλκυση του κοινού. Παράλληλα επιχειρείται να προσδιοριστούν οι μεταβλητές που επηρεάζουν το επίπεδο ικανοποίησης των χρηστών της Εθνικής Βιβλιοθήκης, καθώς και οι προσδοκίες τους.

1.2 Το ερευνητικό εργαλείο

Για την εκπόνηση της παρούσας ερευνητικής μεταπτυχιακής εργασίας η ερευνητική μεθοδολογία που ακολουθείται περιλαμβάνει την θεωρητική και την εμπειρική έρευνα. Στη θεωρητική έρευνα παρατίθενται δευτερογενείς πηγές από την διεθνή και την ελληνική βιβλιογραφία, όπως επίσης άρθρα, επιστημονικά συγγράμματα και πρακτικά συνεδριών. Παράλληλα αντλούνται πληροφορίες από το διαδίκτυο για το εμπειρικό μέρος, όπως και για το θεωρητικό με λέξεις κλειδιά.

Για την διαμόρφωση του εμπειρικού μέρους πραγματοποιείται πρωτογενής έρευνα με την χρήση ερωτηματολογίου, το οποίο βασίζεται στο εργαλείο Service Quality (Ποιότητα της Υπηρεσίας). Το Service Quality αποτελεί ένα όργανο μέτρησης της διαφοράς μεταξύ της υπηρεσίας που παρέχεται και της προσδοκίας του κοινού για τις υπηρεσίες που θα έπρεπε να παρέχονται από τον φορέα εξέτασης (Palumbo, 2023).

Το μοντέλο SERVQUAL, που αναπτύχθηκε από τους Parasuraman, Berry και Zeithaml στα τέλη της δεκαετίας του 1980, χρησιμεύει ως ένα ισχυρό πλαίσιο για την ολοκληρωμένη αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών στον τομέα του μάρκετινγκ και της διαχείρισης των υπηρεσιών. Αυτό το μοντέλο, που φημίζεται για την ευελιξία και το βάθος του, παρέχει μια λεπτή κατανόηση των κρίσιμων παραγόντων που διαμορφώνουν τις αντιλήψεις των πελατών για την ποιότητα των υπηρεσιών. Στον πυρήνα του, το SERVQUAL αποτελείται από πέντε βασικές διαστάσεις, καθεμία από τις οποίες έχει το δικό της μοναδικό ρόλο στη διαμόρφωση της εμπειρίας του πελάτη.

Η πρώτη διάσταση, η Tangibles, εστιάζει στις απτές πτυχές του περιβάλλοντος υπηρεσιών. Περιλαμβάνει παράγοντες όπως η καθαριότητα, η αισθητική και ο επαγγελματισμός του προσωπικού εξυπηρέτησης. Ένα παράδειγμα θα μπορούσε να

είναι ένα λόμπι ξενοδοχείου που είναι άψογα συντηρημένο, στελεχωμένο από ευγενικούς επαγγελματίες, συμβάλλοντας θετικά στη συνολική αντίληψη των πελατών για την ποιότητα των υπηρεσιών.

Η αξιοπιστία αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο της αξιολόγησης της ποιότητας υπηρεσιών. Μετρά την ικανότητα ενός παρόχου υπηρεσιών να παρέχει σταθερά αξιόπιστες και ακριβείς υπηρεσίες. Οι πελάτες αναμένουν από τους παρόχους υπηρεσιών να τηρούν τις υποσχέσεις τους και να παρέχουν με συνέπεια τις υπηρεσίες όπως έχουν συμφωνηθεί. Ένα παράδειγμα είναι μια υπηρεσία ταχυμεταφορών που παραδίδει με συνέπεια τα πακέτα εγκαίρως και σε καλή κατάσταση, υπερβαίνοντας τις προσδοκίες των πελατών. Η ανταπόκριση δίνει έμφαση στην ικανότητα του παρόχου υπηρεσιών να ανταποκρίνεται άμεσα στις ανάγκες και τις ανησυχίες των πελατών. Εξαρτάται από την προσοχή και την ευελιξία του παρόχου να ανταποκρίνεται στα αιτήματα και τις ερωτήσεις των πελατών. Για παράδειγμα, ένα εστιατόριο που ανταποκρίνεται γρήγορα σε ειδικά διατροφικά αιτήματα επιδεικνύει υψηλή ανταπόκριση. Η διασφάλιση αφορά την εμπιστοσύνη, την αξιοπιστία και την αξιοπιστία που μεταδίδει το προσωπικό της υπηρεσίας. Αυτή η διάσταση περιλαμβάνει παράγοντες όπως η ικανότητα και η ευγένεια του προσωπικού εξυπηρέτησης και η ικανότητά του να εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες. Σκεφτείτε έναν ενημερωμένο και ευγενικό ταμιά τράπεζας που απαντά στις οικονομικές ερωτήσεις των πελατών, εμπνέοντας εμπιστοσύνη.

Η ενσυναίσθηση μετρά την ικανότητα του παρόχου υπηρεσιών να κατανοεί και να επιδεικνύει φροντίδα για τις ατομικές ανάγκες και ανησυχίες κάθε πελάτη. Πρόκειται για τη διαμόρφωση μιας προσωπικής σύνδεσης με τους πελάτες. Ένας πάροχος υγειονομικής περίθαλψης που ακούει τις ανησυχίες ενός ασθενούς και παρέχει εξατομικευμένη φροντίδα αποτελεί παράδειγμα ενσυναίσθησης.

Στην πρακτική εφαρμογή, το μοντέλο SERVQUAL περιλαμβάνει έρευνες και αξιολογήσεις όπου οι πελάτες βαθμολογούν τις αντιλήψεις και τις προσδοκίες τους σχετικά με τις υπηρεσίες που λαμβάνουν. Συγκρίνοντας αυτά τα δύο σύνολα αξιολογήσεων, οι επιχειρήσεις μπορούν να εντοπίσουν κενά στην ποιότητα των υπηρεσιών, τα οποία μπορεί να είναι είτε θετικά είτε αρνητικά. Ένα θετικό χάσμα υποδηλώνει ότι οι αντιλήψεις των πελατών υπερβαίνουν τις προσδοκίες τους, ενισχύοντας την ικανοποίηση και την αφοσίωση. Αντίθετα, ένα αρνητικό χάσμα

σηματοδοτεί την ανάγκη βελτίωσης σε τομείς όπου οι αντιλήψεις των πελατών υπολείπονται των προσδοκιών.

Ενώ το ίδιο το μοντέλο SERVQUAL δεν χρησιμοποιεί μαθηματικές εξισώσεις, χρησιμεύει ως βάση για τη δημιουργία μαθηματικών μοντέλων και τη διεξαγωγή στατιστικών αναλύσεων. Τα εργαλεία αυτά επιτρέπουν στους ερευνητές και τις επιχειρήσεις να διερευνήσουν τις σχέσεις μεταξύ των διαστάσεων της ποιότητας των υπηρεσιών και των επιπτώσεών τους στην ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών. Τέτοιες ποσοτικές μέθοδοι συμβάλλουν καθοριστικά στη λήψη αποφάσεων βάσει δεδομένων και στη βελτίωση της συνολικής εμπειρίας των πελατών. Στην ουσία, το μοντέλο SERVQUAL συνεχίζει να αποτελεί κρίσιμο εργαλείο για τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών σε διάφορους κλάδους. Στην αντίθετη περίπτωση, δηλαδή αν οι αντιλήψεις για την παρεχόμενη υπηρεσία είναι μεγαλύτερες από τις προσδοκίες του κοινού, τότε η ποιότητα υπηρεσίας θεωρείται υψηλή. Αυτή η σχέση γίνεται πιο κατανοητή από τον παρακάτω τύπο:

$$G_j = \sum_{i=1}^n W_i (E_{ij} - I_i)$$

όπου:

G_j : η διαφορά της ποιότητας υπηρεσίας j από την ιδανική υπηρεσία

W_i : το επίπεδο σημαντικότητας της i διάστασης ικανοποίησης

E_{ij} : η αντίληψη απόδοσης της βιβλιοθήκης j για την διάσταση i

I_i : η προσδοκία του ιδανικού επιπέδου απόδοσης της διάστασης i

n : το πλήθος διαστάσεων ικανοποίησης

Ο παραπάνω τύπος παρουσιάζεται εν συντομία ως:

ServiceQuality = Perceptions (Αντιλήψεις) – Expectations (Προσδοκίες)

Το SERVQUAL, ένα ευρέως χρησιμοποιούμενο μοντέλο για την αξιολόγηση και τη μέτρηση της ικανοποίησης του κοινού από τις υπηρεσίες, χρησιμοποιεί μια σχολαστική προσέγγιση που αποτελείται από τουλάχιστον 22 χαρακτηριστικά των υπηρεσιών, τα οποία παραμένουν σταθερά τόσο στο τμήμα "προσδοκίες" όσο και στο

τμήμα "αντιλήψεις" (Palumbo, 2023). Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι στρατηγικά ευθυγραμμισμένα με πέντε θεμελιώδεις διαστάσεις της ικανοποίησης, παρέχοντας μια ολιστική κατανόηση της ποιότητας των υπηρεσιών.

- ❖ Η αξιοπιστία βρίσκεται στο επίκεντρο του μοντέλου SERVQUAL, δίνοντας έμφαση στην ικανότητα του οργανισμού και των υπαλλήλων του να παρέχουν με συνέπεια υπηρεσίες με ακρίβεια και αξιοπιστία. Εξετάζει αν οι υπηρεσίες εκτελούνται ακριβώς όπως υποσχέθηκαν, δημιουργώντας μια σταθερή βάση για τη συνολική ποιότητα των υπηρεσιών.
- ❖ Η ανταπόκριση εμβαθύνει στην προθυμία του προσωπικού ενός οργανισμού να παρέχει ταχεία βοήθεια με ενημερωμένες πληροφορίες. Αντικατοπτρίζει την ευελιξία και την προσοχή του οργανισμού στην αντιμετώπιση των αναγκών των χρηστών, παρέχοντας άμεση και ενημερωμένη εξυπηρέτηση που βελτιώνει την εμπειρία του πελάτη.
- ❖ Ασφάλεια - Διασφάλιση διερευνά τις γνώσεις και την επάρκεια των υπαλλήλων ενός οργανισμού, μαζί με την ικανότητά τους να εμπνέουν εμπιστοσύνη και σιγουριά στο κοινό. Μετρά την αξιοπιστία του προσωπικού στη δημιουργία αίσθησης αξιοπιστίας, ένα κρίσιμο στοιχείο για την ποιότητα των υπηρεσιών.
- ❖ Η Ενσυναίσθηση (Empathy) αξιολογεί τον τρόπο με τον οποίο οι εργαζόμενοι αλληλοεπιδρούν με το κοινό. Εξετάζει την ευγένεια, την εξυπηρέτηση και την ικανότητά τους να παρέχουν εξατομικευμένη φροντίδα στους χρήστες, αναδεικνύοντας την ικανότητα του οργανισμού να δημιουργεί προσωπικές σχέσεις με την πελατεία του.

Η Υποδομή (Infrastructure-Tangibility) εστιάζει στις απτές πτυχές της παροχής υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των φυσικών εγκαταστάσεων, του εξοπλισμού και των συγκεκριμένων στοιχείων που παρέχει ο οργανισμός. Αν και ουσιαστική, έχει μικρότερη βαρύτητα στη διαμόρφωση των αντιλήψεων για την ποιότητα των υπηρεσιών σε σύγκριση με τις άλλες διαστάσεις.

Επομένως, η τελική μορφή του συγκεκριμένου εργαλείου είναι οι 5 διαστάσεις: η αξιοπιστία, η ανταπόκριση, η ασφάλεια, η ενσυναίσθηση, οι υποδομές και τα 33 χαρακτηριστικά τα οποία και προέκυψαν από τις μελέτες των (Palumbo, 2023) Alam & Mezbach-ul-Islam (2021), Panday (2018), Nitecki & Hernon (2000).

1.3 Η δομή της εργασίας

Η δομή της εργασίας αποτελείται από δυο ενότητες, την θεωρητική προσέγγιση από την βιβλιογραφική ανασκόπηση και την εμπειρική προσέγγιση με πρωτογενή έρευνα. Στην πρώτη κεφάλαιο υπάρχει η εισαγωγή, η σημαντικότητα του θέματος, όπως επίσης και ποιο ερευνητικό εργαλείο χρησιμοποιήθηκε για την εξαγωγή αποτελεσμάτων. Ακολουθεί το δεύτερο κεφάλαιο, όπου στην αρχή γίνεται αναφορά στα χαρακτηριστικά και το κοινό των σύγχρονων βιβλιοθηκών. Στην συνέχεια αναλύονται η παροχή υπηρεσιών σε διάφορους κλάδους και η σύνδεση της αριστείας των υπηρεσιών με την βιβλιοθήκη, καθώς και τα συστήματα μέτρησης της ποιότητας σε βιβλιοθήκες. Πιο κάτω, γίνεται αναφορά στην Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος και δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στο προφίλ, στην αποστολή και το όραμα, τις υπηρεσίες και τα τμήματα, όπως επίσης και στο Balance Scorecard που έχει σχεδιάσει. Τέλος, το δεύτερο κεφάλαιο κλείνει με τον σκοπό της διπλωματικής εργασίας και τα ερευνητικά ερωτήματα.

Το εμπειρικό μέρος, όπου αποτελεί και την πρωτογενή έρευνα της εργασίας αποτελείται από τρία κεφάλαια, το τρίτο, το τέταρτο και το πέμπτο. Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στην μεθοδολογία της πρωτογενούς έρευνας που πραγματοποιήθηκε, όπου αναφέρεται η επιλογή της ερευνητικής στρατηγικής, η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε και τέλος ο σχεδιασμός και η δημιουργία του ερωτηματολογίου. Στη συνέχεια, στο τέταρτο κεφάλαιο πραγματοποιείται η ανάλυση και η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας. Πιο συγκεκριμένα, αναλύονται τα δημογραφικά στοιχεία και παρουσιάζονται οι απόψεις της ομάδας στόχου από την έρευνα. Τέλος, η ερευνητική μεταπτυχιακή εργασία ολοκληρώνεται στο πέμπτο κεφάλαιο με την αποτύπωση των τελικών συμπερασμάτων και προτάσεων, όπως επίσης με την αναφορά των περιορισμών της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ

2.1 Οι Εθνικές βιβλιοθήκες

Σύμφωνα με τους Pettegree και Weduwen, (2021) υπάρχουν ιδιαίτεροι τύποι βιβλιοθηκών με διαφορές μεταξύ τους, όπως είναι η ιστορική διαμόρφωση, ο ρόλος, οι λειτουργίες κτλ. Οι εθνικές βιβλιοθήκες αποτελούν έναν εθνικό θεσμό, με κύρια αρμοδιότητά τους την διασφάλιση της πνευματικής κληρονομιάς. Η αποστολή και ο στόχος τους διεθνώς είναι η συλλογή, η συντήρηση και η προώθηση της έντυπης και ψηφιακής συγκέντρωσης της πνευματικής κληρονομιάς (οπτικάκουστικά τεκμήρια, χειρόγραφα, αρχεία κλπ.). Επίσης, παρέχουν συλλογή ξενόγλωσσων και μεταφρασμένων τεκμηρίων που αναφέρονται στη χώρα και τον πολιτισμό της, πρόσβαση σε συλλογές ψηφιακά ή ψηφιοποιημένα τεκμήρια και υπάρχει η δυνατότητα δανειστικής υπηρεσίας. Μια κύρια αρμοδιότητά της είναι η δημιουργία εθνικού βιβλιογραφικού αρχείου (Pettegree & Weduwen, 2021).

Οι Pettegree και Weduwen διέκριναν τις Εθνικές βιβλιοθήκες σε τρεις γενικούς τύπους. Ο πρώτος τύπος αποτελεί την παραδοσιακή βιβλιοθήκη, η οποία απευθύνεται κυρίως σε μελετητές και δίνει έμφαση στη συλλογή της. Στον δεύτερο τύπο συναντάμε την σύγχρονη εθνική βιβλιοθήκη, η οποία επικεντρώνεται σε υποδομές που παρέχει στις υπόλοιπες βιβλιοθήκες της χώρας. Στο τρίτο και τελευταίο τύπο περιλαμβάνεται η περιεκτική εθνική βιβλιοθήκη, η οποία στοχεύει στην προσφορά υπηρεσιών στο σύνολο των πολιτών της χώρας. Γενικά, την συναντάμε σε αναπτυσσόμενες χώρες και πολλές φορές αναπληρώνει σημαντικές ελλείψεις των εκπαιδευτικών υποδομών.

2.1.1 Το κοινό των βιβλιοθηκών και το μήνυμα

Οι συμπεριφορικοί κανόνες μιας κοινωνίας, οι ανάγκες των ανθρώπων που ζουν σε εκείνη, αλλά και η δυναμική της ανθρώπινης κινητικότητας συμβάλλουν στην διαμόρφωση της αντίληψης και της εικόνας του κοινού. Πολλές φορές, η κατάσταση που βρίσκεται ένα άτομο από χρήστης της βιβλιοθήκης μεταβάλλεται σε μη χρήστης ή το αντίστροφο. Στους χρήστες της βιβλιοθήκης περιλαμβάνονται οι πελάτες, δηλαδή οι αναγνώστες-χρήστες, οι προμηθευτές της, σχολεία, σύλλογοι γονέων και κηδεμόνων, πολιτιστικοί σύλλογοι, εταιρείες-επιχειρήσεις, επαγγελματικοί φορείς κλπ. Για την προσέγγιση του κοινού της, η βιβλιοθήκη χρειάζεται να γνωρίζει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και την σύνθεση του πληθυσμού στον οποίο απευθύνεται.

Τα είδη των βιβλιοθηκών είναι οι ακαδημαϊκές, οι σχολικές και οι λαϊκές βιβλιοθήκες. Οι ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες είναι εύκολα αναγνωρίσιμες και απευθύνονται σε ερευνητές ερευνητικών κέντρων, σε εξειδικευμένο προσωπικό. Για παράδειγμα, σε αυτήν την κατηγορία μπορεί να ανήκει μια βιβλιοθήκη νοσοκομείου, η οποία εξυπηρετεί ασθενείς ή τους συγγενείς τους και το επιστημονικό προσωπικό. Οι σχολικές βιβλιοθήκες εξυπηρετούν τους μαθητές και τους εκπαιδευτικούς της σχολικής κοινότητας. Ενώ, οι λαϊκές βιβλιοθήκες εξυπηρετούν κάθε είδος κοινωνικής κατηγορίας, στην οποία τα άτομα επιζητούν και τους ενδιαφέρει η γνώση, η πληροφόρηση και η ψυχαγωγία. Δηλαδή, για τα άτομα αυτά η βιβλιοθήκη αποτελεί έναν τόπο συνάντησης και δράσης και η πρόσβαση είναι σε αυτές είναι ελεύθερη (Κανελλοπούλου-Μπότη, 2020).

Ο διαχωρισμός των βιβλιοθηκών σε κατηγορίες τις βοηθάει να προβάλουν τις υπηρεσίες τους εύστοχα και αποτελεσματικά. Το σημαντικότερο για να συμβούν αυτά είναι η επιτυχή μετάδοση του μηνύματος της βιβλιοθήκης στους χρήστες και μη. Οι παράγοντες επιτυχίας ενός μηνύματος είναι η ρητή δήλωσή του ή να υπονοείται, η ορθή αποκωδικοποίησή του, η προσωπικότητα του δέκτη και οι αξίες του, οι συνθήκες και η κατάσταση (φυσική και ψυχολογική) του δέκτη κατά την λήψη του μηνύματος. Πολλές φορές, ο δέκτης δεν μπορεί να κατανοήσει το απευθυνόμενο για εκείνον μήνυμα και αυτό δημιουργεί την ανάγκη της διαμόρφωσης του μηνύματος από τον πομπό αναλόγως το θέμα, το χώρο και το χρόνο, το ακροατήριο. Έτσι, η βιβλιοθήκη προχωρά στην ενίσχυση των επιλογών των μέσων προβολής και επικοινωνίας της, εμπλουτίζοντας τα μηνύματά της με το στοιχείο του πλεονασμού για να προβάλει τις υπηρεσίες της (Τζορμπατζάκη , 2022).

2.2 Ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών: Έννοια και ιστορική αναδρομή

Οι εμπειρίες των πελατών από επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών έχουν παραδοσιακά μελετηθεί μέσω του φακού της ποιότητας των υπηρεσιών (Brady & Cronin, 2001). Οι μελετητές των υπηρεσιών έχουν συζητήσει το θέμα της ποιότητας των υπηρεσιών από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 και η σύλληψή του δεν είναι καθόλου προφανής ή αυτονόητη (Edvardsson, 2005). Γενικότερα, η ποιότητα της υπηρεσίας μπορεί να οριστεί ως η εκτίμηση του πελάτη για τη συνολική απόδοση της υπηρεσίας (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988), αν και η ποιότητα είναι μια θεωρία που μπορεί να περιγραφεί ως μια ασαφής, γενική, ως και θολή θεωρία (Abdullah & Afshar, 2019). Έτσι, ένας θεμελιώδης λόγος για τη συζήτηση σχετικά με τη φύση της

ποιότητας των υπηρεσιών είναι η λεπτή και πολύπλοκη φύση των συστατικών της: υπηρεσίες και ποιότητα (Gummesson, 1993). Η ίδια η ποιότητα έχει περιγραφεί ως «μια ασυνήθιστα ολισθηρή έννοια, που είναι εύκολο να οπτικοποιηθεί και ωστόσο εξαιρετικά δύσκολο να οριστεί» (Garvin, 1988). Οι υπηρεσίες είναι εξίσου περίπλοκες από τη φύση τους, γεγονός που συνέβαλε στο πρόβλημα του καθορισμού του τι σημαίνει στην πραγματικότητα ποιότητα στις υπηρεσίες. Ως εκ τούτου, η ποιότητα της υπηρεσίας έχει αναφερθεί ως μια «άπιαστη» έννοια (Parasuraman, A; Zeithaml, V A; Berry, L L, 1985). Είναι ενδιαφέρον ότι ο Grönroos εξηγεί ότι η αρχική του εστίαση της έρευνας ήταν στα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και προτείνει ότι αν είχε χρησιμοποιήσει αυτόν τον όρο αντί για την ποιότητα της υπηρεσίας, ίσως θα είχε αποφευχθεί μεγάλη σύγχυση μεταξύ των μελετητών υπηρεσιών (Grönroos, 2001). Επιπλέον, είναι εξαιρετικά σημαντικό να γίνεται διάκριση μεταξύ αγαθών και υπηρεσιών, επειδή έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά, καθώς το πρώτο είναι πιο απτό, ένα αντικείμενο, ενώ η τελευταία είναι άυλη, πραγματική απόδοση (Abdullah & Rahman, 2015).

Πιο πρόσφατα, έχουν δοθεί αρκετοί σημαντικοί ορισμοί για την ποιότητα των υπηρεσιών, που προτείνονται από διάφορους ερευνητές. Αξίζει όμως να σημειωθεί ότι, οι ορισμοί της ποιότητας των υπηρεσιών διατυπώνονται όλοι από την οπτική γωνία των πελατών, δηλαδή αυτό που αντιλαμβάνονται οι πελάτες είναι σημαντικές διαστάσεις της ποιότητας. Στην πραγματικότητα, η αντίληψη του πελάτη για την ποιότητα είναι προηγούμενο του επιπέδου ικανοποίησής του/της από την υπηρεσία (Bezerra & Gomes, 2015). Η ποιότητα της υπηρεσίας είναι μια απόκλιση μεταξύ των προσδοκιών του πελάτη για τον πάροχο υπηρεσιών και της εκτίμησής του για τις υπηρεσίες (Ali, Saleh, Abdulrahman, Muhamed, & Noori, 2021). Ένας άλλος ορισμός έχει προταθεί από τους Othman & Abdullah, (2016) που υποστήριξαν ότι η ποιότητα της υπηρεσίας είναι μια ανομοιότητα μεταξύ των προσδοκιών των καταναλωτών για την εκτέλεση της υπηρεσίας πριν από τη συνάντηση της υπηρεσίας και των παρατηρήσεών τους για τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Και ο τελευταίος ο ορισμός από τον Gefan, ο οποίος είπε ότι η ποιότητα των υπηρεσιών είναι η συγκεκριμένη εκτίμηση που γίνεται από τους καταναλωτές μεταξύ της αναμενόμενης ποιότητας υπηρεσιών και των παρεχόμενων υπηρεσιών (Anwar & Abdullah, Inspiring future entrepreneurs: The effect of experiential learning on the entrepreneurial intention., 2021). Η ποιότητα εστιάζεται στις απόψεις των καταναλωτών, και έτσι η ποιότητα

χαρακτηρίζεται ως ό,τι βλέπει ο αγοραστής ως ποιότητα. Σύμφωνα με τους Anwar & Abdullah, (2021) υπάρχουν δύο μεταβλητές που επηρεάζουν την αντίληψη των καταναλωτών, όπως οι προσδοκίες και τα πρότυπα ποιότητας, ενώ προσδοκίες σημαίνει αυτό που υποτίθεται ότι θα λάβει ο πελάτης από τον πάροχο υπηρεσιών. Ένα από τα πιο σημαντικά και απaráμιλλα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών είναι ότι είναι μια διαδικασία, αλλά όχι ένα πράγμα, και επομένως, οι εταιρείες παροχής υπηρεσιών δεν διαθέτουν κανένα προϊόν, αλλά έχουν διαδραστικές διαδικασίες και οι υπηρεσίες που προσφέρουν δεν είναι απτές. Ως εκ τούτου, είναι δύσκολο για τον προμηθευτή να ξεδιπλωθεί και οι καταναλωτές να μετρήσουν και να ποσοτικοποιήσουν την παρεχόμενη υπηρεσία.

Η ποιότητα των υπηρεσιών έχει αποκαλυφθεί ως βασικός παράγοντας για την αναζήτηση βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, και ως εκ τούτου είναι ένα πλαίσιο το οποίο αναγνωρίζεται μέσα σε πολλούς κλάδους. Ένας από αυτούς είναι και ο κλάδος του τουρισμού, καθώς η ικανοποίηση και η διατήρηση του πελάτη έχει αναγνωριστεί ως σημαντικός παράγοντας στον κλάδο της φιλοξενίας. Σήμερα, όπως ποτέ άλλοτε, η ικανοποίηση των αιτημάτων των καταναλωτών παραμένει η μεγαλύτερη πρόκληση. Στη βιομηχανία της φιλοξενίας, ο καταναλωτής δεν είναι μόνο το μέρος της πραγματικής διαδικασίας κατανάλωσης, αλλά επιπλέον συχνά έχει προκαθορισμένες προοπτικές εξυπηρέτησης και ποιότητας. Καθώς η μεταφορά των υπηρεσιών στον κλάδο της φιλοξενίας περιλαμβάνει ανθρώπους και θέτει το ζήτημα της αξιοπιστίας, θα πρέπει να επικεντρώνεται στη διαχείριση των ανθρώπων, και συγκεκριμένα στις συνεργασίες μεταξύ πελάτη και προσωπικού, που ονομάζονται συναντήσεις υπηρεσιών. Η τύχη ή η αποτυχία της επιχείρησης φιλοξενίας εξαρτάται από τον συνδυασμένο αντίκτυπο των συναντήσεων υπηρεσιών στις οποίες συμμετέχουν οι ίδιοι οι πελάτες. Δύο βασικές εννοιολογήσεις της ποιότητας των υπηρεσιών μπορούν να αναζητηθούν και μέσα από τη βιβλιογραφία του μάρκετινγκ: η προοπτική του Nordic School (Σκανδιναβική) και η προοπτική του Αμερικανικού Σχολείου (Asubonteng, McCleary, & Swan, 1996); (Mels, Boshoff, & Deon, 1997). Η σκανδιναβική προοπτική (Grönroos, 1984) έχει αποκαλύψει δύο κύριες διαστάσεις της ποιότητας των υπηρεσιών: την τεχνική ποιότητα, δηλαδή το αποτέλεσμα της υπηρεσίας και τη λειτουργική ποιότητα, δηλαδή τη διαδικασία της υπηρεσίας. Από την άλλη, η αμερικανική προοπτική (Parasuraman et al., 1985) αρχικά προσδιόρισε δέκα καθοριστικούς παράγοντες της ποιότητας των υπηρεσιών: αξιοπιστία,

ανταπόκριση, ικανότητα, πρόσβαση, ευγένεια, επικοινωνία, αξιοπιστία, ασφάλεια, κατανόηση/γνώση των πελατών και των απτών. Αργότερα, αυτοί οι δέκα καθοριστικοί παράγοντες καθαρίστηκαν περαιτέρω και μειώθηκαν σε πέντε συστατικά: αξιοπιστία, ανταπόκριση, ενσυναίσθηση, διαβεβαιώσεις και απτά (Parasuraman et al., 1988).

Γενικότερα, μέσα από την βιβλιογραφία εντοπίστηκε ότι η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αποτελεί την σημερινή εποχή ένα ιδιαίτερα σημαντικό σημείο ενδιαφέροντος αλλά και ανησυχίας των ειδικών επί του θέματος. Ρίχνοντας μια ματιά στις διαφορετικές έννοιες της ποιότητας της υπηρεσίας, μπορεί να φανεί ότι είναι ένα επακόλουθο της συσχέτισης που δημιουργείται από τους πελάτες μεταξύ των επιθυμιών τους και αυτού που πραγματικά παίρνουν από τον σχετικό πάροχο υπηρεσιών (Anwar, G; Abd Zebari, B, 2015). Διάφορες μελέτες έχουν διεξαχθεί προκειμένου να αποκαλυφθούν οι διαστάσεις της ποιότητας των υπηρεσιών που συμβάλλουν ουσιαστικότερα σε θεμελιώδεις αξιολογήσεις ποιότητας της υπηρεσίας. Η διακριτική απόδειξη των καθοριστικών παραγόντων της ποιότητας των υπηρεσιών είναι ζωτικής σημασίας υπό το φως του γεγονότος ότι θα βοηθήσει στη μέτρηση, στον έλεγχο και στη συνέχεια στη βελτίωση της φαινομενικής ποιότητας εξυπηρέτησης του πελάτη (Anwar & Surarchith, Factors Affecting Shoppers' Behavior in Erbil, Kurdistan–Iraq., 2015). Υπάρχουν δέκα διαστάσεις ποιότητας υπηρεσιών οι οποίες συνοψίζονται μέσα από μελέτες (Anwar K. , 2017):

- Η αξιοπιστία, που αναφέρεται ως η ικανότητα μιας εταιρείας να παρέχει ασφαλείς υπηρεσίες και να τηρεί τις υποσχέσεις της.
- Η ανταπόκριση, που αναφέρεται στην προθυμία των εργαζομένων να βοηθήσουν τους καταναλωτές και να παρέχουν άμεση εξυπηρέτηση.
- Η ικανότητα, η οποία περιλαμβάνει τη γνώση των εργαζομένων και το μέτρο των απαιτούμενων δεξιοτήτων.
- Η πρόσβαση, που αναφέρεται σε ένα πεδίο στο οποίο οι εργαζόμενοι είναι προσιτοί.
- Η ευγένεια, η οποία περιλαμβάνει τη σχέση των εργαζομένων προς τον πελάτη και αναφέρεται κυρίως σε σεβασμός, ευγένεια, φιλικότητα).

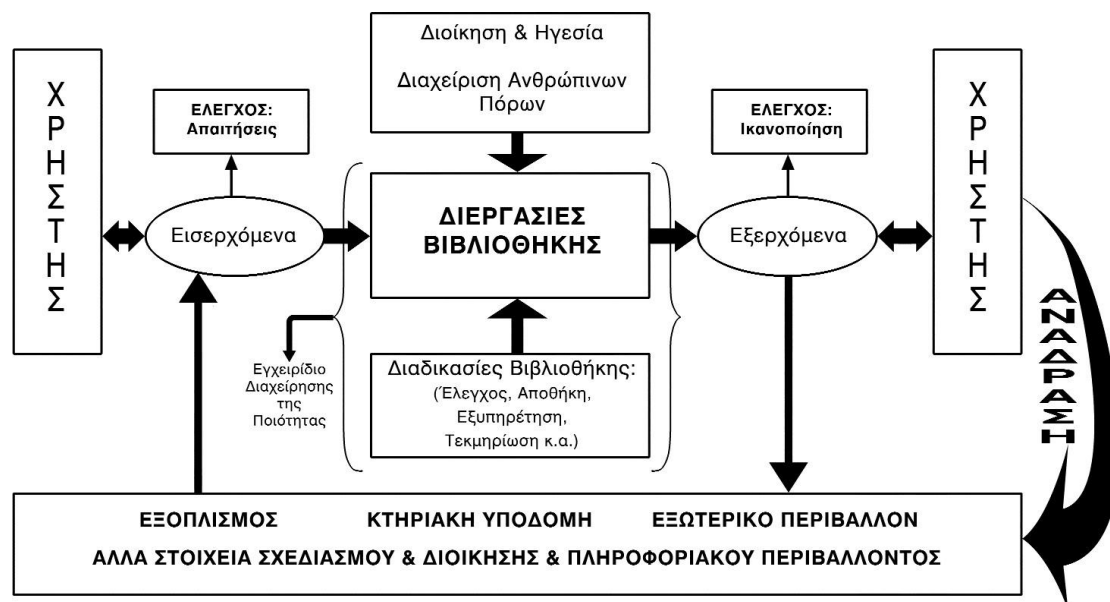
- Η επικοινωνία, που σημαίνει σωστή παράδοση των πληροφοριών στον πελάτη.
- Η αξιοπιστία, που περιλαμβάνει την ειλικρίνεια και την εμπιστοσύνη του παρόχου υπηρεσιών.
- Η ασφάλεια, που αναφέρεται στην παροχή ελευθερίας από κινδύνους ή αμφιβολίες ως προς την παρεχόμενη υπηρεσία.
- Η κατανόηση, που σημαίνει να εφαρμόζει η επιχείρηση μια προσπάθεια κατανόησης των αναγκών του καταναλωτή, όπως για παράδειγμα, να μάθει τις συγκεκριμένες απαιτήσεις του καταναλωτή).
- Τα υλικά, που φυσικά περιλαμβάνουν τη φυσική εμφάνιση.

2.3 Αριστεία στην υπηρεσία: Η άρρηκτη σχέση με την ποιότητα των υπηρεσιών

Στο σημερινό άκρως ανταγωνιστικό επιχειρηματικό τοπίο, η επίτευξη της αριστείας στην εξυπηρέτηση έχει γίνει όχι απλώς ένας επιθυμητός στόχος, αλλά μια αναγκαιότητα για τους οργανισμούς που στοχεύουν στην ευημερία και την ανάπτυξη. Η αριστεία στην εξυπηρέτηση αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της οικοδόμησης και της διατήρησης ισχυρών σχέσεων με τους πελάτες, της προώθησης της πιστότητας της μάρκας και τελικά της επιχειρηματικής επιτυχίας. Στο επίκεντρο αυτής της επιδίωξης της αριστείας βρίσκεται η ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται στους πελάτες, καθιστώντας τις δύο έννοιες στενά συνδεδεμένες. Σε αυτό το δοκίμιο, θα διερευνήσουμε τη βαθιά σχέση μεταξύ της αριστείας στην εξυπηρέτηση και της ποιότητας των υπηρεσιών, εμβαθύνοντας στον τρόπο με τον οποίο συμπληρώνουν και ενισχύουν η μία την άλλη και γιατί οι οργανισμοί πρέπει να δίνουν προτεραιότητα και στις δύο προκειμένου να επιτύχουν στους αντίστοιχους κλάδους τους (Andronicianu, 2017).

Πριν γίνει αναφορά στη σχέση μεταξύ της αριστείας στην εξυπηρέτηση και της ποιότητας των υπηρεσιών, είναι απαραίτητο να γίνουν κατανοητές οι επιμέρους έννοιες. Η αριστεία στην εξυπηρέτηση αναφέρεται στη συνεχή προσπάθεια ενός οργανισμού να ξεπεράσει τις προσδοκίες των πελατών. Περιλαμβάνει τη δέσμευση να κάνει το κάτι παραπάνω, να προσφέρει εξαιρετικές εμπειρίες και να αναζητά διαρκώς τρόπους βελτίωσης και καινοτομίας. Η επίτευξη της αριστείας στην

εξυπηρέτηση περιλαμβάνει τη νοοτροπία όχι απλώς της ικανοποίησης των αναγκών των πελατών, αλλά της υπέρβασής τους με τρόπο που ενθουσιάζει και εκπλήσσει (Dereli, Durmuşoğlu, Delibaş, & Avlanmaz, 2011)



Σχήμα2.2.2.1- Διοίκηση Ποιότητας Υπηρεσιών σε μία βιβλιοθήκη (Πηγή: (Goetsch & Davis, 2018))

Από την άλλη πλευρά, η ποιότητα των υπηρεσιών αναφέρεται στο επίπεδο των υπηρεσιών που ένας οργανισμός παρέχει με συνέπεια στους πελάτες του. Περιλαμβάνει την τήρηση ή την υπέρβαση των καθιερωμένων προτύπων, την τήρηση των βέλτιστων πρακτικών και τη διασφάλιση ότι οι πελάτες λαμβάνουν αξία και ικανοποίηση από τις υπηρεσίες που έχουν αγοράσει. Η ποιότητα των υπηρεσιών αποτελεί το θεμέλιο πάνω στο οποίο μπορεί να οικοδομηθεί η αριστεία.

Η αλληλεπίδραση μεταξύ της αριστείας στις υπηρεσίες και της ποιότητας υπηρεσιών

Η αριστεία στην εξυπηρέτηση και η ποιότητα των υπηρεσιών δεν αποτελούν ξεχωριστές οντότητες, αλλά μάλλον δύο όψεις του ίδιου νομίσματος. Συνδέονται στενά και η αλληλεπίδρασή τους είναι αυτό που οδηγεί στην ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών. Ακολουθεί ο τρόπος με τον οποίο αλληλοσυμπληρώνονται και ενισχύουν η μία την άλλη (Goetsch & Davis, 2018):

- ❖ Η ποιότητα ανοίγει το δρόμο για την αριστεία: Η δέσμευση για παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας είναι το πρώτο βήμα προς την επίτευξη της

αριστείας. Η ποιότητα θέτει τη βάση πάνω στην οποία οι οργανισμοί μπορούν να οικοδομήσουν εξαιρετικές εμπειρίες πελατών. Όταν ένας οργανισμός παρέχει σταθερά ποιοτικές υπηρεσίες, κερδίζει την εμπιστοσύνη των πελατών και δημιουργεί μια σταθερή βάση για την υπέρβαση των προσδοκιών τους.

- ❖ Η αριστεία ενισχύει την ποιότητα: Ενώ η ποιότητα διασφαλίζει ότι οι πελάτες λαμβάνουν ένα αξιόπιστο και συνεπές επίπεδο υπηρεσιών, η αριστεία πηγαίνει ένα βήμα παραπέρα. Ενθαρρύνει τους οργανισμούς να καινοτομούν, να αναζητούν ανατροφοδότηση και να βελτιώνονται συνεχώς. Η αριστεία αμφισβητεί την υφιστάμενη κατάσταση και παροτρύνει τους οργανισμούς να διερευνήσουν νέους τρόπους για την παροχή ακόμη καλύτερων υπηρεσιών. Αυτός ο κύκλος συνεχούς βελτίωσης ανεβάζει την ποιότητα των υπηρεσιών σε νέα ύψη.
- ❖ Πελατοκεντρική προσέγγιση: Τόσο η αριστεία στις υπηρεσίες όσο και η ποιότητα των υπηρεσιών περιστρέφονται γύρω από τον πελάτη. Οι οργανισμοί που δίνουν προτεραιότητα στην ποιότητα στοχεύουν στην ικανοποίηση των προσδοκιών των πελατών, ενώ εκείνοι που επιδιώκουν την αριστεία υπερβαίνουν αυτές τις προσδοκίες. Με μια πελατοκεντρική προσέγγιση, οι οργανισμοί διασφαλίζουν ότι οι υπηρεσίες τους δεν είναι απλώς αποτελεσματικές αλλά και ουσιαστικές και προσαρμοσμένες στις μοναδικές ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους.
- ❖ Βρόχος ανατροφοδότησης: Η αριστεία στις υπηρεσίες απαιτεί έναν βρόχο ανατροφοδότησης, όπου οι οργανισμοί αναζητούν ενεργά πληροφορίες από τους πελάτες, τους εργαζόμενους και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Αυτή η ανατροφοδότηση είναι ανεκτίμητη για την τελειοποίηση και τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών. Επιτρέπει στους οργανισμούς να εντοπίζουν τομείς προς βελτίωση και να λαμβάνουν αποφάσεις βάσει δεδομένων για τη συνεχή αναβάθμιση των υπηρεσιών τους.
- ❖ Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα: Στη σημερινή ανταγωνιστική αγορά, η αριστεία στις υπηρεσίες αποτελεί βασικό παράγοντα διαφοροποίησης. Οι οργανισμοί που υπερβαίνουν σταθερά τις προσδοκίες των πελατών ξεχωρίζουν από τον ανταγωνισμό. Ωστόσο, το θεμέλιο αυτής της διάκρισης είναι η ποιότητα των υπηρεσιών. Η ποιότητα είναι η προϋπόθεση που επιτρέπει στους οργανισμούς να ξεκινήσουν το ταξίδι προς την αριστεία, δίνοντάς τους τελικά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ο αντίκτυπος στην ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών

Η σχέση μεταξύ της αριστείας στις υπηρεσίες και της ποιότητας των υπηρεσιών έχει άμεσο αντίκτυπο στην ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών. Οι πελάτες έχουν υψηλότερες προσδοκίες από ποτέ άλλοτε και είναι πιο απαιτητικοί στις επιλογές τους. Οι οργανισμοί που προσφέρουν τόσο ποιότητα όσο και αριστεία στην εξυπηρέτηση έχουν περισσότερες πιθανότητες να ανταποκριθούν στις προσδοκίες αυτές και να καλλιεργήσουν μακροχρόνιες σχέσεις με τους πελάτες.

Όταν οι πελάτες λαμβάνουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, βιώνουν αξιοπιστία και συνέπεια. Ξέρουν τι να περιμένουν και οι βασικές τους ανάγκες ικανοποιούνται. Αυτό δημιουργεί μια αίσθηση εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας (Dahlgaard-Park, Reyes, & Chen, 2018). Ωστόσο, είναι η αριστεία στην εξυπηρέτηση που οδηγεί αυτές τις σχέσεις στο επόμενο επίπεδο. Ξεπερνώντας τις προσδοκίες, οι οργανισμοί όχι μόνο ικανοποιούν τους πελάτες αλλά τους ενθουσιάζουν. Οι πελάτες αισθάνονται ότι εκτιμώνται και εκτιμώνται, γεγονός που οδηγεί σε αυξημένη ικανοποίηση και σε ισχυρότερη συναισθηματική σύνδεση με το εμπορικό σήμα.

Αυτή η συναισθηματική σύνδεση είναι ένας ισχυρός μοχλός για την αφοσίωση των πελατών. Οι πιστοί πελάτες δεν είναι απλώς επαναλαμβανόμενοι αγοραστές, αλλά γίνονται υποστηρικτές της μάρκας. Συνιστούν τον οργανισμό σε άλλους, οδηγώντας σε οργανική ανάπτυξη μέσω του μάρκετινγκ από στόμα σε στόμα. Ο συνδυασμός ποιότητας και άριστης εξυπηρέτησης δημιουργεί μια πιστή πελατειακή βάση που μπορεί να προσφέρει μακροπρόθεσμη βιώσιμη επιτυχία σε μια επιχείρηση (Grinting, Chandra, Miran, & Yusriadi, 2023).

Επί προσθέτως, από αυτές τις λειτουργίες προκύπτουν πολλά οργανωτικά οφέλη από την επιδίωξη της αριστείας στην εξυπηρέτηση και της ποιότητας των υπηρεσιών. Η επιδίωξη της αριστείας στην εξυπηρέτηση και η δέσμευση για την ποιότητα των υπηρεσιών προσφέρουν σύμφωνα με τα παρακάτω αρκετά σημαντικά οφέλη στους οργανισμούς (Agus & Selvaraj, 2020):

- ❖ Βελτίωση της φήμης: Οι οργανισμοί που είναι γνωστοί για την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και την υπέρβαση των προσδοκιών των πελατών απολαμβάνουν θετική φήμη. Αυτή η φήμη μπορεί να προσελκύσει νέους πελάτες και να ενισχύσει την εικόνα του εμπορικού σήματος του οργανισμού.

- ❖ **Αυξημένη διατήρηση πελατών:** Οι ικανοποιημένοι και πιστοί πελάτες είναι πιο πιθανό να παραμείνουν στον οργανισμό με την πάροδο του χρόνου. Αυτό μειώνει την απομάκρυνση πελατών και, με τη σειρά του, το κόστος που συνδέεται με την απόκτηση νέων πελατών.
- ❖ **Υψηλότερη κερδοφορία:** Οι ικανοποιημένοι πελάτες είναι πιο πρόθυμοι να προβούν σε επαναλαμβανόμενες αγορές και, σε ορισμένες περιπτώσεις, να πληρώσουν υψηλές τιμές για ανώτερες υπηρεσίες. Αυτό οδηγεί σε αύξηση των εσόδων και της κερδοφορίας.
- ❖ **Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα:** Σε κλάδους όπου η διαφοροποίηση αποτελεί πρόκληση, η αριστεία στην εξυπηρέτηση διαφοροποιεί έναν οργανισμό από τους ανταγωνιστές. Γίνεται μια μοναδική πρόταση πώλησης που προσελκύει πελάτες και οδηγεί σε αύξηση του μεριδίου αγοράς.
- ❖ **Δέσμευση των εργαζομένων:** Οι εργαζόμενοι που εργάζονται σε οργανισμούς που έχουν δεσμευτεί για την αριστεία και την ποιότητα των υπηρεσιών έχουν συχνά υψηλότερη εργασιακή ικανοποίηση. Είναι υπερήφανοι για την εργασία τους, γεγονός που οδηγεί σε αυξημένα κίνητρα και παραγωγικότητα.
- ❖ **Καινοτομία και συνεχής βελτίωση:** Η επιδίωξη της αριστείας ενθαρρύνει τους οργανισμούς να καινοτομούν και να βελτιώνουν συνεχώς τις διαδικασίες και τις υπηρεσίες τους. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε εξοικονόμηση κόστους και λειτουργική αποτελεσματικότητα

Εφαρμογή της αριστείας στις υπηρεσίες και την ποιότητα των υπηρεσιών

Για την εφαρμογή της αριστείας στην υπηρεσία και τη διασφάλιση της ποιότητας των υπηρεσιών, οι οργανισμοί πρέπει να υιοθετήσουν μια ολιστική προσέγγιση που περιλαμβάνει διάφορα βασικά στοιχεία:

- ❖ **Δέσμευση της ηγεσίας:** Ξεκινά από την κορυφή με ηγέτες που υπερασπίζονται την υπόθεση της αριστείας στην υπηρεσία. Οι ηγέτες πρέπει να δίνουν τον τόνο, να κατανέμουν πόρους και να προωθούν μια κουλτούρα που εκτιμά την ποιότητα και την αριστεία.
- ❖ **Ανατροφοδότηση από τους πελάτες:** Η ενεργή αναζήτηση και ανάλυση των ανατροφοδοτήσεων των πελατών είναι απαραίτητη για τον εντοπισμό τομέων βελτίωσης. Οι οργανισμοί θα πρέπει να χρησιμοποιούν τις γνώσεις των πελατών για να προωθούν αλλαγές που βελτιώνουν την ποιότητα των υπηρεσιών και προάγουν την αριστεία.

- ❖ Συνεχής βελτίωση: Η κουλτούρα της συνεχούς βελτίωσης είναι θεμελιώδης για την αριστεία στις υπηρεσίες. Οι οργανισμοί πρέπει να αξιολογούν τακτικά τις διαδικασίες, την τεχνολογία και τις αλληλεπιδράσεις με τους πελάτες τους για να εντοπίζουν ευκαιρίες βελτίωσης.
- ❖ Μέτρηση και KPIs: Καθορίστε βασικούς δείκτες απόδοσης (KPIs) που παρακολουθούν τόσο την ποιότητα όσο και την αριστεία στην εξυπηρέτηση. Αυτοί οι δείκτες παρέχουν ένα ποσοτικό μέσο αξιολόγησης της προόδου και της επιτυχίας (Gao, 2015)
- ❖ Ενδυνάμωση των εργαζομένων: Ενδυναμώστε τους υπαλλήλους να αναλάβουν την ευθύνη των αλληλεπιδράσεων με τους πελάτες και να λαμβάνουν αποφάσεις που μπορούν να οδηγήσουν σε εξαιρετικές εμπειρίες εξυπηρέτησης. Αυτή η ενδυνάμωση προωθεί μια πελατοκεντρική κουλτούρα.

Η αριστεία στην εξυπηρέτηση και η ποιότητα των υπηρεσιών είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με την επιδίωξη της δημιουργίας αξιοσημείωτων εμπειριών για τους πελάτες. Με την προώθηση και των δύο, οι οργανισμοί μπορούν να οικοδομήσουν ισχυρότερες σχέσεις με τους πελάτες, να προωθήσουν την αφοσίωση και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η αλληλεπίδραση μεταξύ αυτών των δύο εννοιών είναι μια δυναμική δύναμη που ωθεί τις επιχειρήσεις προς την επιτυχία στη σημερινή απαιτητική αγορά (Χυτήρης & Αννινος, 2015).

Για να επιτύχουν την αριστεία, οι οργανισμοί πρέπει πρώτα να δημιουργήσουν ένα θεμέλιο υψηλής ποιότητας υπηρεσιών. Στη συνέχεια, μπορούν να χτίσουν πάνω σε αυτό το θεμέλιο αναζητώντας καινοτόμους τρόπους για να υπερβούν τις προσδοκίες των πελατών, εμπλέκοντας ενεργά τους πελάτες στη διαδικασία και διατηρώντας μια κουλτούρα συνεχούς βελτίωσης. Τα οφέλη αυτής της προσέγγισης επεκτείνονται πέρα από την ικανοποίηση των πελατών και περιλαμβάνουν τη δέσμευση των εργαζομένων, τη θετική φήμη και την αυξημένη κερδοφορία.

2.3.1 Επιχειρηματική αριστεία στην περίπτωση μιας βιβλιοθήκης

Σε μια εποχή που κυριαρχείται από την ψηφιακή τεχνολογία, οι βιβλιοθήκες επαναπροσδιορίζουν το ρόλο τους για να παραμείνουν επίκαιρες και να ευδοκιμήσουν. Η επίτευξη επιχειρηματικής αριστείας στο πλαίσιο μιας βιβλιοθήκης είναι μια πολύπλευρη προσπάθεια που υπερβαίνει την απλή παροχή πρόσβασης σε βιβλία. Περιλαμβάνει τη δέσμευση για την παροχή εξαιρετικών υπηρεσιών, την

υιοθέτηση τεχνολογικών καινοτομιών και τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος που προάγει τη μάθηση και την εμπλοκή της κοινότητας. Αυτός ο μετασχηματισμός είναι ζωτικής σημασίας για τις βιβλιοθήκες ώστε να συνεχίσουν να εξυπηρετούν αποτελεσματικά τις κοινότητές τους και να παραμείνουν μπροστά σε ένα διαρκώς εξελισσόμενο τοπίο πληροφόρησης.

Πρώτον, η επιχειρηματική αριστεία στις βιβλιοθήκες βασίζεται σε ένα ισχυρό θεμέλιο πελατοκεντρικής εξυπηρέτησης. Οι βιβλιοθηκονόμοι και το προσωπικό πρέπει να είναι αφοσιωμένοι στην κατανόηση των μοναδικών αναγκών των μελών της κοινότητάς τους και στην παροχή υπηρεσιών προσαρμοσμένων στις ανάγκες αυτές (Parsaeian, Riahi Nia, Akhshik, & Hasanzadeh, 2019). Αυτό περιλαμβάνει την ενεργό συνεργασία με τους προστάτες, την αναζήτηση της ανατροφοδότησής τους και τη συνεπή παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας. Η βιβλιοθήκη δεν είναι πλέον απλώς ένα μέρος για να δανείζεται κανείς βιβλία- πρέπει να είναι ένας δυναμικός κόμβος όπου οι άνθρωποι μπορούν να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες, εκπαιδευτικούς πόρους και πολιτιστικές εμπειρίες. Αυτή η πελατοκεντρική προσέγγιση ενισχύει την αίσθηση του ανήκειν και μια ισχυρή σύνδεση μεταξύ της βιβλιοθήκης και της κοινότητάς της.

Δεύτερον, η τεχνολογία διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην επίτευξη επιχειρηματικής αριστείας στις βιβλιοθήκες. Η ψηφιακή εποχή έχει μεταμορφώσει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες, καθιστώντας επιτακτική την ανάγκη προσαρμογής των βιβλιοθηκών (Wang, 2006) Οι σύγχρονες βιβλιοθήκες πρέπει να επενδύουν σε ψηφιακούς πόρους, όπως ηλεκτρονικά βιβλία, διαδικτυακές βάσεις δεδομένων και ψηφιακά μέσα, για να ανταποκρίνονται στις εξελισσόμενες ανάγκες των χρηστών τους. Επιπλέον, οι βιβλιοθήκες θα πρέπει να υιοθετήσουν την αυτοματοποίηση και τα σύγχρονα συστήματα διαχείρισης βιβλιοθηκών για τον εξ ορθολογισμό των λειτουργιών, τη βελτίωση της εμπειρίας των χρηστών και την προσφορά διαδικτυακών υπηρεσιών. Η τεχνολογία μπορεί να αποτελέσει ισχυρό παράγοντα επιχειρηματικής αριστείας, επεκτείνοντας την εμβέλεια της βιβλιοθήκης και παρέχοντας εύκολη πρόσβαση σε πόρους (Kalour & Kazemzadeh, 2015)

Τρίτον, η καλλιέργεια μιας κουλτούρας συνεχούς βελτίωσης είναι απαραίτητη για την επιχειρηματική αριστεία στις βιβλιοθήκες. Οι βιβλιοθήκες πρέπει να επαναξιολογούν

συνεχώς τις υπηρεσίες, τις συλλογές και τις λειτουργίες τους για να διασφαλίσουν ότι παραμένουν ευθυγραμμισμένες με την αποστολή τους και τις εξελισσόμενες απαιτήσεις των κοινοτήτων τους. Αυτό περιλαμβάνει την τακτική αξιολόγηση της συνάφειας των φυσικών συλλογών, τη βελτιστοποίηση των χώρων της βιβλιοθήκης για ποικίλες δραστηριότητες και την αναθεώρηση των προγραμμάτων ώστε να ανταποκρίνονται σε διαφορετικές ηλικιακές ομάδες και ενδιαφέροντα. Με το να είναι προσαρμοστικές και ανοιχτές στις αλλαγές, οι βιβλιοθήκες μπορούν να συνεχίσουν να παρέχουν πολύτιμους πόρους και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών τους.

Επιπλέον, οι συμπράξεις και οι συνεργασίες είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη επιχειρηματικής αριστείας στις βιβλιοθήκες. Οι συνεργασίες με σχολεία, κοινοτικές οργανώσεις και τοπικές επιχειρήσεις μπορούν να επεκτείνουν την εμβέλεια και τον αντίκτυπο των υπηρεσιών της βιβλιοθήκης. Μέσω τέτοιων συνεργασιών, οι βιβλιοθήκες μπορούν να προσφέρουν ποικίλα εκπαιδευτικά προγράμματα, εργαστήρια και εκδηλώσεις στην κοινότητα. Αυτές οι συνεργασίες όχι μόνο ενισχύουν το ρόλο της βιβλιοθήκης στην κοινότητα, αλλά βοηθούν επίσης στην εξασφάλιση πρόσθετων πόρων, χρηματοδότησης και υποστήριξης, που είναι ζωτικής σημασίας για τη βιώσιμη ανάπτυξη και εξέλιξη (Zhang, Moreira, & Sousa, 2021).

Τέλος, η επιχειρηματική αριστεία στις βιβλιοθήκες εξαρτάται από την ισχυρή ηγεσία και την ικανότητα προσαρμογής στις αναδυόμενες τάσεις και προκλήσεις. Οι ηγέτες των βιβλιοθηκών πρέπει να είναι προνοητικοί, καινοτόμοι και ικανοί να οραματίζονται το ρόλο της βιβλιοθήκης στο μέλλον. Θα πρέπει να καθοδηγούν τους οργανισμούς τους στο να αγκαλιάζουν την αλλαγή, να επενδύουν στην ανάπτυξη του προσωπικού και να αναζητούν ευκαιρίες ανάπτυξης και επέκτασης. Με τη σωστή ηγεσία, οι βιβλιοθήκες μπορούν να περιηγηθούν στις πολυπλοκότητες του σύγχρονου πληροφοριακού τοπίου και να συνεχίσουν να λειτουργούν ως ζωτικής σημασίας κοινοτικοί πόροι (Zapletalová, 2023)

Εν κατακλείδι, η επιχειρηματική αριστεία στις βιβλιοθήκες είναι μια δυναμική επιδίωξη που περιλαμβάνει την παροχή υπηρεσιών με επίκεντρο τον πελάτη, την υιοθέτηση της τεχνολογίας, την προώθηση μιας κουλτούρας συνεχούς βελτίωσης, τη σύναψη συνεργασιών και την παροχή ισχυρής ηγεσίας. Εστιάζοντας σε αυτές τις βασικές πτυχές, οι βιβλιοθήκες μπορούν να προσαρμοστούν στις μεταβαλλόμενες

ανάγκες των κοινοτήτων τους, να παραμείνουν επίκαιρες στην ψηφιακή εποχή και να συνεχίσουν να αποτελούν βασικούς κόμβους γνώσης, εκπαίδευσης και κοινωνικής δέσμευσης. Με τον τρόπο αυτό, μπορούν να επιτύχουν την επιχειρηματική αριστεία που είναι απαραίτητη για να ευδοκιμήσουν και να παραμείνουν ένα πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο στη ζωή των πελατών τους.

2.3.2 Συστήματα μέτρησης ποιότητας σε βιβλιοθήκες

Τα συστήματα μέτρησης της ποιότητας διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στην αξιολόγηση και τη βελτίωση των υπηρεσιών των βιβλιοθηκών, διασφαλίζοντας ότι ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών τους. Δύο καλά αναγνωρισμένα συστήματα μέτρησης της ποιότητας στον τομέα των βιβλιοθηκών είναι τα συστήματα ποιότητας υπηρεσιών SERVQUAL και LIBQUAL. Τα συστήματα αυτά παρέχουν στους βιβλιοθηκονόμους και τους διαχειριστές βιβλιοθηκών πολύτιμα εργαλεία για την αξιολόγηση και τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών και των πόρων που προσφέρονται στους χρήστες.

Η Ποιότητα Υπηρεσιών, που συχνά αναφέρεται ως SERVQUAL, είναι ένα ευρέως υιοθετημένο πλαίσιο για την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών στις βιβλιοθήκες και σε διάφορους άλλους κλάδους παροχής υπηρεσιών. Το SERVQUAL αξιολογεί την ποιότητα των υπηρεσιών σε πέντε διαστάσεις: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance και Empathy (Kumar, A., & Mahajan, P. (2019)). Στις βιβλιοθήκες, το πλαίσιο αυτό βοηθά στη μέτρηση των φυσικών πτυχών των εγκαταστάσεων της βιβλιοθήκης, της αξιοπιστίας της πρόσβασης στις πληροφορίες, της ανταπόκρισης στα ερωτήματα των χρηστών, της ικανότητας και της ευγένειας του προσωπικού της βιβλιοθήκης και της εξατομίκευσης των υπηρεσιών. Με την έρευνα των χρηστών για να κατανοήσουν τις προσδοκίες και τις αντιλήψεις τους σχετικά με αυτές τις διαστάσεις, οι βιβλιοθήκες μπορούν να εντοπίσουν τομείς προς βελτίωση και να θέσουν προτεραιότητες για την ενίσχυση των υπηρεσιών.

Το LIBQUAL είναι ένα άλλο ευρέως χρησιμοποιούμενο σύστημα μέτρησης της ποιότητας που αναπτύχθηκε για τις βιβλιοθήκες. Το LIBQUAL επικεντρώνεται σε τρεις βασικές διαστάσεις: Η βιβλιοθήκη ως τόπος και ο έλεγχος των πληροφοριών. Το Effect of Service διερευνά τα συναισθήματα και τα αισθήματα των χρηστών κατά την αλληλεπίδραση με τη βιβλιοθήκη, ενώ η Library as Place δίνει έμφαση στους φυσικούς και εικονικούς χώρους που προσφέρει η βιβλιοθήκη. Ο έλεγχος των

πληροφοριών σχετίζεται με την αντιλαμβανόμενη ικανότητα των χρηστών να εντοπίζουν, να έχουν πρόσβαση και να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τους πληροφοριακούς πόρους (Mahmood , Ahmad, Ur Rehman, & Ashiq, 2021).

Τόσο το SERVQUAL όσο και το LIBQUAL παρέχουν στις βιβλιοθήκες συστηματικές προσεγγίσεις για τη μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών. Μέσω ερευνών και αξιολογήσεων, οι βιβλιοθήκες συλλέγουν δεδομένα σχετικά με τις προσδοκίες και τις εμπειρίες των χρηστών. Η ανάλυση χάσματος, κεντρικό στοιχείο αυτών των συστημάτων, αναδεικνύει τις αποκλίσεις μεταξύ των προσδοκιών και των αντιλήψεων των χρηστών, προσφέροντας πληροφορίες για τους τομείς που χρήζουν προσοχής. Οπλισμένες με αυτή την ανατροφοδότηση, οι βιβλιοθήκες μπορούν να λαμβάνουν αποφάσεις με βάση τα δεδομένα, να κατανέμουν αποτελεσματικά τους πόρους και να εφαρμόζουν βελτιώσεις προσαρμοσμένες στις ανάγκες των χρηστών τους (Kumar & Mahajan, 2019).

Αυτά τα συστήματα μέτρησης της ποιότητας διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη διατήρηση και ενίσχυση της σημασίας των βιβλιοθηκών στην ψηφιακή εποχή. Εστιάζοντας στην ποιότητα των υπηρεσιών, οι βιβλιοθήκες μπορούν να διασφαλίσουν ότι θα παραμείνουν ζωντανά και ευέλικτα ιδρύματα, καλύπτοντας τις εξελισσόμενες ανάγκες των κοινοτήτων τους. Επιπλέον, βοηθούν τις βιβλιοθήκες να επιδείξουν τη δέσμευσή τους στην ικανοποίηση των χρηστών και να βελτιώνουν συνεχώς τις υπηρεσίες που παρέχουν, ενισχύοντας έτσι την αξία τους σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο τοπίο πληροφόρησης.

Διαφορές του LIBQUAL από το SERVQUAL

Το LIBQUAL και το SERVQUAL είναι δύο διαφορετικά εργαλεία αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών και έχουν αρκετά κοινά στοιχεία. Παρακάτω παρουσιάζονται οι κύριες διαφορές μεταξύ του LIBQUAL και του SERVQUAL.

Αφενός, το SERVQUAL είναι ένα γενικό εργαλείο αξιολόγησης της ποιότητας υπηρεσιών που μπορεί να εφαρμοστεί σε διάφορους κλάδους παροχής υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των βιβλιοθηκών (Ladhari, 2009). Αναπτύχθηκε από τους Parasuraman, Zeithaml και Berry στα τέλη της δεκαετίας του 1980. Αρχικά σχεδιάστηκε ως ένα γενικό εργαλείο για τη μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών σε διάφορους κλάδους και έχει υιοθετηθεί και προσαρμοστεί ευρέως για διάφορους

τομείς υπηρεσιών (Coulthard, 2004). Το SERVQUAL αξιολογεί την ποιότητα των υπηρεσιών με βάση τις πέντε διαστάσεις, οι οποίες είναι : απτά στοιχεία, αξιοπιστία, ανταπόκριση, διασφάλιση και ενσυναίσθηση. Αυτές οι διαστάσεις μπορούν να εφαρμοστούν σε διαφορετικά πλαίσια υπηρεσιών. Τέλος, το SERVQUAL χρησιμοποιεί ένα σύνολο ερωτήσεων για την αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών με βάση τις πέντε διαστάσεις που αναφέρθηκαν προηγουμένως. Οι ερωτηθέντες βαθμολογούν τις αντιλήψεις και τις προσδοκίες τους για την υπηρεσία σε μια κλίμακα Likert. (Palumbo, 2023).

Αφετέρου, το LIBQUAL επικεντρώνεται στην ποιότητα των υπηρεσιών και των πόρων της βιβλιοθήκης σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο βιβλιοθήκης, εξετάζοντας πτυχές όπως οι συλλογές της βιβλιοθήκης, το προσωπικό, οι εγκαταστάσεις και η πρόσβαση σε πόρους (Cristobal, 2018). Είναι ένα εργαλείο αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών και αναπτύχθηκε από την Ένωση Ερευνητικών Βιβλιοθηκών (ARL) στα τέλη της δεκαετίας του 1990. Επί προσθέτως, χρησιμοποιεί ένα προσαρμοσμένο σύνολο ερωτήσεων που έχει σχεδιαστεί για την αξιολόγηση υπηρεσιών που αφορούν συγκεκριμένες βιβλιοθήκες (Pedramnia, Modiramani, & Ghavami , 2012). Συνήθως περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με τις συλλογές, τις εγκαταστάσεις, τις αλληλεπιδράσεις του προσωπικού και την πρόσβαση στους πόρους (Kumar & Mahajan, 2019).

Όσον αφορά την ανάπτυξη του LIBQUAL, ξεκίνησε από την Ένωση Ερευνητικών Βιβλιοθηκών (ARL) και αναπτύχθηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1990. Η ARL, μια κοινοπραξία μεγάλων ερευνητικών βιβλιοθηκών της Βόρειας Αμερικής, αναγνώρισε την ανάγκη για ένα εργαλείο που θα μπορούσε να αξιολογήσει την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχουν οι ερευνητικές βιβλιοθήκες. Το LIBQUAL δημιουργήθηκε για να καλύψει αυτή την ανάγκη και έκτοτε έχει χρησιμοποιηθεί από πολλές βιβλιοθήκες σε όλο τον κόσμο για να μετρήσουν και να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους με βάση τα σχόλια των χρηστών.

Συμπερασματικά, εάν ο στόχος είναι να αξιολογηθεί η ποιότητα των υπηρεσιών σε ένα ευρύτερο πλαίσιο υπηρεσιών, το SERVQUAL μπορεί να είναι μια πιο ευέλικτη επιλογή. Το SERVQUAL συνεχίζει όμως να χρησιμοποιείται ως ένα εργαλείο αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών και μάλιστα, χρησιμοποιείται σε διαφορετικά περιβάλλοντα βιβλιοθηκών και ειδικότερα σε εθνικές και

πανεπιστημιακές βιβλιοθήκες (Hossain & Islam, 2012), (Afridi, Khattak, & Khan, 2016), (HeryWihardikaGriadhi, 2018), (Trivedi & Bhatt, 2019), (Alam & Mezbach-ul-Islam, 2021). Θεωρήθηκε πως το συγκεκριμένο εργαλείο μπορεί να αποδώσει ικανοποιητικά στοιχεία που να απαντούν τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν στην εργασία και για τον λόγο αυτό επιλέχθηκε να χρησιμοποιηθεί στην έρευνά μας.

2.4. Η περίπτωση της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος (ΕΒΕ)

2.4.1 Το προφίλ της ΕΒΕ

Η Εθνική βιβλιοθήκη της Ελλάδας (ΕΒΕ) αποτελεί νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου (ΝΠΔΔ) και εποπτεύεται από το Υπουργείο Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων (ΥΠΕΘ). Η λειτουργία της καθορίζεται από το νομοθετικό πλαίσιο που αφορά τους 3149/2003, 3785/2009 και 4452/2007 νόμους. Αναλυτικότερα, με τον νόμο 3149/2007 καταργείται η δημόσια υπηρεσία της Εθνικής Βιβλιοθήκης (814/1943) και ιδρύεται το νομικό πρόσωπο Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδας. Στη συνέχεια, ο νόμος 3787/2009 αποτελεί την σύμβαση του ελληνικού δημοσίου με το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ), στην οποία περιλαμβάνονται τα έργα και οι υπηρεσίες που αναλαμβάνει το ίδρυμα σε συνεργασία πλέον με την ΕΒΕ. Τέλος, ο νόμος 4452/2017 τροποποιεί το 3785/2009 και επαναπροσδιορίζει τον ρόλο και τις λειτουργίες της ΕΒΕ αλλά και αναβαθμίζει και την αποστολή της (www.nlg.gr, 2023)

Στην κατοχή της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος βρίσκονται περισσότερα από 1 εκατομμύριο βιβλία και περιοδικά και ένας μεγάλος αριθμός σπάνιων χειρόγραφων κωδίκων από τον 9ο ως τον 19ο. Η ιστορία της ανέρχεται στους δύο αιώνες περίπου και σήμερα αποτελεί θεματοφύλακα της ελληνικής γραμματείας και συνδετικό κρίκο του παρελθόντος, του παρόντος και του μέλλοντος. Πριν την μετεγκατάστασή της, τα προβλήματα της Εθνικής Βιβλιοθήκης ήταν η υποχρηματοδότηση, οι ελλείψεις σε προσωπικό και εξοπλισμό. Για δέκα χρόνια η βιβλιοθήκη δεν είχε νέο προσωπικό και για 25 χρόνια δεν είχε γίνει εμπλουτισμός του ξενόγλωσσου τμήματος. Η μετακόμιση της Εθνικής Βιβλιοθήκης άρχισε το 2017 μεταφέροντας 720.760 τεκμήρια και τελείωσε το 2018, έγινε δηλαδή μεταφορά της Βιβλιοθήκης από το Βαλλιάνειο κτίριο στο Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΚΠΙΣΝ) (<https://www.snfcc.org/ethniki-vivliothiki-tis-ellados>, 2023). Το ΚΠΙΣΝ έχει έκταση 22.000 τ.μ. αποτελώντας κατάλληλο περιβάλλον για την συγκέντρωση, διαφύλαξη, συντήρηση, ψηφιοποίηση και ανάδειξη των συλλογών της ΕΒΕ. Η μετεγκατάστασή της γίνεται από την δωρεά του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ), η οποία

περιλάμβανε το κτίριο που θα στεγάζεται η ΕΒΕ, τον εξοπλισμό, την επίπλωση κτλ. Παράλληλα, το ίδρυμα συμμετείχε στην επεξεργασία και ανάπτυξη συλλογών, στην ανάπτυξη ψηφιακών υπηρεσιών, στο σχεδιασμό νέου δανειστικού τμήματος 5.000τμ.(προσφέρει μια ξεχωριστή συλλογή για παιδιά, εφήβους και ενήλικες σε συνδυασμό με ένα ευρύ φάσμα εκπαιδευτικών και διαδραστικών προγραμμάτων), στην ανάπτυξη κοινού και στην εκπαίδευση του προσωπικού της ΕΒΕ (<https://www.nlg.gr/static-page/dorea-toy-idrymatos-stayros-niarchos/>, 2023). Το ΥΠΕΘ με έκτακτη κρατική επιχορήγηση κάλυψε εξ ολοκλήρου το κόστος της μετεγκατάστασης, το οποίο ήταν €489.800, με την Ελληνική Πολιτεία να διαθέτει για το έργο της μετακόμισης της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος στο ΚΠΙΣΝ €5.414.000, σε συνδυασμό με τη δωρεά των €5 εκατομμυρίων του ΙΣΝ. Έτσι η ΕΒΕ εισέρχεται στη ψηφιακή εποχή και είναι έτοιμη να υποδεχτεί το αναγνωστικό κοινό, το οποίο μπορεί να ζήσει την εμπειρία των νέων υπηρεσιών της που είναι διαθέσιμες. Ωστόσο, συνθέτει ένα πλαίσιο για τη δημιουργία αξίας στον πολιτισμό και σε συνεργασία με άλλες βιβλιοθήκες και πολλούς φορείς σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, παρέροχοντας ένα διευρυμένο σύνολο αναβαθμισμένων και καινοτόμων ψηφιακών υπηρεσιών, που στόχο έχουν να καταστεί ηγετίδα στην Κοινωνία της Πληροφορίας. Αυτά θα έχουν ως αποτέλεσμα την ενίσχυση της έρευνας, της επιστήμης και της εκπαίδευσης. Παράλληλα, προσδιορίζει ξανά τη σχέση της με το κοινό ως χώρος μελέτης, έρευνας και εκπαίδευσης, ως μέσω αναπαραγωγής νέων ιδεών και ανοιχτός τόπος μάθησης. Επίσης, προχώρησε σε απογραφή, ψηφιοποίηση, συντήρηση και ταξινόμηση της συλλογής της. Με το νέο δανειστικό τμήμα της δημιουργείται η λειτουργία του Δικτύου Ελληνικών Βιβλιοθηκών (ΔΕΒ), αποκτώντας έτσι, εξωστρεφή χαρακτήρα και ηγετικό ρόλο υποστηρίζοντας τις ελληνικές βιβλιοθήκες(ανάπτυξη και βελτίωση υπηρεσιών). Με την Καλοκαιρινή Εκστρατεία Ανάγνωσης και Δημιουργικότητας, η ΕΒΕ μέσω του ΔΕΒ βοηθάει στην εκπαίδευση του μελλοντικού κοινού των ελληνικών βιβλιοθηκών, ενισχύοντας έτσι την διασύνδεσή της και την προβολή της(<https://www.nlg.gr/static-page/ektakti-epichorigisi-toy-yppeth/>, 2023).

Οι χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας διακρίνονται σε γενικό κοινό, φοιτητές, ερευνητές, εργαζόμενοι, δωρητές και χρηματοδότες (κρατικοί φορείς). Τα όργανα διοίκησης της ΕΒΕ αποτελούνται από ένα επταμελές Εφορευτικό Συμβούλιο και τον Γενικό Διευθυντή, οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για τον στρατηγικό σχεδιασμό.

Σημαντική πρόκληση της βιβλιοθήκης ήταν η ευθυγράμμιση της εργασίας των στελεχών στους νέους στρατηγικούς στόχους, δηλαδή να έχουν κοινές πεποιθήσεις και αξίες, με αποτέλεσμα έναν μοναδικό τρόπο λειτουργίας (ταυτότητα)(<https://www.snfcc.org/ethniki-vivliothiki-tis-ellados>, 2023).

Η Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδας έχει υποδομές εθνικών προδιαγραφών, ελεύθερη και απομακρυσμένη πρόσβαση και συνεργάζεται σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Αναλυτικότερα, συνεργάζεται με 211 βιβλιοθήκες στο Δίκτυο Ελληνικών Βιβλιοθηκών, με το κέντρο ελληνικών σπουδών Harvard, κέντρο μελέτης χειρογράφων Καινής Διαθήκης, με το πρόγραμμα ανταλλαγής τεκμηρίων Library of Congress. Τέλος, διαθέτει κανόνες βάσει διεθνών προτύπων, για παράδειγμα ψηφιοποίηση και μικροφωτογράφιση (Γερόλημος 2020).

2.4.2 Η αποστολή και το όραμα της ΕΒΕ

Σκοπός της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος είναι ο εντοπισμός, η συγκέντρωση, η οργάνωση, η περιγραφή και η διαφύλαξη στο διηνεκές τεκμηρίων του ελληνικού πολιτισμού και της πρόσληψής του διαχρονικά, καθώς και σημαντικών αντιπροσωπευτικών τεκμηρίων της πνευματικής παραγωγής του ανθρώπου. Γίνεται δηλαδή αναφορά στην ελευθερία της γνώσης, της πληροφόρησης και της έρευνας, στην σημασία της εθνικής πνευματικής κληρονομιάς και δίνεται έμφαση στην ισότιμη πρόσβαση σε αυτήν (<https://www.nlg.gr/static-page/apostoli-orama/>, 2023).

2.4.3 Υπηρεσίες και τμήματα της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος

Οι υπηρεσίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος είναι οι παρακάτω:

- Υπηρεσία Περιοδικών και Εφημερίδων: Είναι υπεύθυνη για την ανάπτυξη, οργάνωση και διαχείριση των συλλογών Εφημερίδων και Περιοδικών της ΕΒΕ.
- Υπηρεσία Συντήρησης Συλλογών: Συμβάλει στην υλοποίηση δράσεων επεμβατικής και προληπτικής συντήρησης των συλλογών της ΕΒΕ.
- Υπηρεσία Ψηφιοποίησης και Μικροφωτογράφισης: Εκπληρώνει την αποστολή της ΕΒΕ διατηρώντας και διαφυλάττοντας τις συλλογές της, με την μέθοδο της ψηφιοποίησης.

Τα τμήματα της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος είναι τα εξής:

- Τμήμα Αναγνωστηρίων: Είναι αρμόδιο για την φύλαξη, διαχείριση, ταξιθέτηση και την προστασία των συλλογών και τεκμηρίων της ΕΒΕ. Παράλληλα, παρέχει υπηρεσίες για την βέλτιστη αξιοποίησή τους.
- Τμήμα Γραμματείας: Είναι αρμόδιο για την διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού και για όλα τα θέματα που συνδέονται με την υπηρεσιακή κατάσταση των υπαλλήλων.
- Τμήμα Εισαγωγής: Το τμήμα αυτό συγκεντρώνει το σύνολο της εκδοτικής παραγωγής της χώρας ακολουθώντας την ισχύουσα νομοθεσία.
- Τμήμα Καταλόγων: Παρέχει υπηρεσίες υποστήριξης σε θέματα εφαρμογής προτύπων στις βιβλιοθήκες της επικράτειας. Επίσης, ευθύνεται για την επεξεργασία κάθε μορφής βιβλιογραφίας, εκτός των ειδικών συλλογών, τα οποία υπάγονται σε άλλο τμήμα.
- Τμήμα Μηχανογράφησης και Τεκμηρίωσης: Το τμήμα αυτό διασφαλίζει την εύρυθμη λειτουργία και ασφάλεια των ηλεκτρονικών υπολογιστών, καθώς και των δικτυακών υποδομών της ΕΒΕ.
- Τμήμα Χειρογράφων και Ομοιοτύπων: Είναι υπεύθυνο για την διαχείριση και επεξεργασία των ειδικών συλλογών της ΕΒΕ.

Αναλυτικότερα, οι υπηρεσίες και τα τμήματα της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος αναλύονται στο [site](https://www.nlg.gr/static-page/tmimata/) της (<https://www.nlg.gr/static-page/tmimata/>, 2023), το οποίο θα αναλυθεί παρακάτω.

2.4.4 Ο σχεδιασμός και οι 4 διαστάσεις Balance Scorecard της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας

Η μέθοδος Balance Scorecard (BSC) βοηθάει έναν οργανισμό στην διαχείριση της απόδοσης αποτελώντας ένα στρατηγικό εργαλείο για τα στελέχη διοίκησης. Μια BSC περιλαμβάνει την αποστολή, το όραμα και τους στρατηγικούς στόχους του οργανισμού. Επίσης, όσον αφορά την Εθνική Βιβλιοθήκη, η μέθοδος αυτή αποτελείται από τέσσερις διαστάσεις, οι Πολίτες – Βιβλιοθήκες, η Διαρκής Βελτίωση, η Καινοτομία και Ανάπτυξη, οι Εσωτερικές διεργασίες και τέλος η Οικονομική αποδοτικότητα. Κάθε διάσταση αποτελείται από τους κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας, δηλαδή σε τι πρέπει να πετύχει η Βιβλιοθήκη, τους δείκτες, δηλαδή πως θα τους μετρήσει αν πετύχει και τέλος τις πρωτοβουλίες, δηλαδή τι πρέπει να κάνει για να πετύχει (De la Mano & Creaser, 2016).

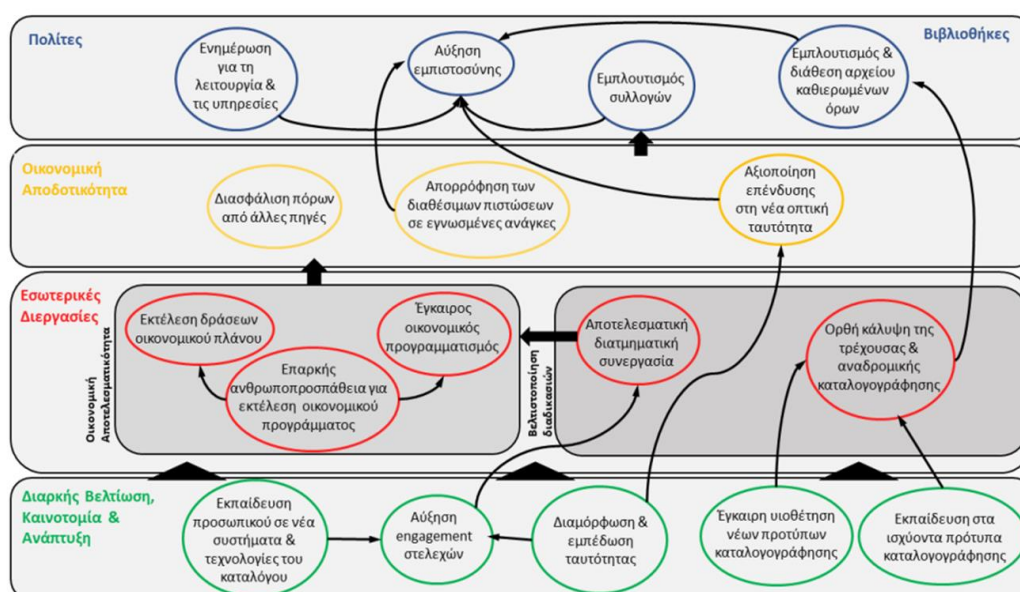
Αναλυτικότερα, η αποστολή και το όραμα έχουν αναλυθεί στο υποκεφάλαιο 2.4.2. Οι στρατηγικοί στόχοι της Εθνικής Βιβλιοθήκης είναι τέσσερεις :

- ΣΣ1 Θέση σε παραγωγική λειτουργία όλων των υπηρεσιών έως το τέταρτο τρίμηνο του 2022.
- ΣΣ2 Ισχυροποίηση ταυτότητας και επωνυμίας της Εθνικής Βιβλιοθήκης ως διακριτό brand από το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος.
- ΣΣ3 Οικονομική αποτελεσματικότητα
- ΣΣ4 Εθνικό βιβλιογραφικό κέντρο

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω οι διαστάσεις BSC της Εθνικής Βιβλιοθήκης είναι οι Πολίτες – Βιβλιοθήκες, η Διαρκής Βελτίωση, η Καινοτομία και Ανάπτυξη, οι Εσωτερικές διεργασίες και τέλος η Οικονομική αποδοτικότητα. Πιο συγκεκριμένα, η διάσταση Πολίτες – Βιβλιοθήκες αποτελείται από κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας - σε τι πρέπει να πετύχει απαραίτητα-για την Βιβλιοθήκη, όπως είναι η ενημέρωση των πολιτών για τη λειτουργία και τις υπηρεσίες της, ο εμπλουτισμός των συλλογών της και η αύξηση της εμπιστοσύνης του κοινού. Η δείκτες μέτρησης επιτυχίας των στόχων σε αυτή την διάσταση μετριούνται σε ποσοστό και περιλαμβάνουν τον βαθμό των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που παρέχονται όπως σχεδιάστηκαν, την παροχή ορθής πληροφόρησης σχετικά με τις λειτουργίες και το ποσοστό παραπόνων και ικανοποίησης του κοινού. Άλλοι δείκτες μπορεί να είναι το ποσοστό κάλυψης της εθνικής βιβλιοπαραγωγής, το ποσοστό δαπάνης για απόκτηση βιβλιοπαραγωγής, το ποσοστό εγγραφής νέων μελών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τέλος το ποσοστό θετικών δημοσιεύσεων σε σχέση με των αρνητικών. Το τελευταίο μέρος της διάστασης αυτής αποτελείται από τις πρωτοβουλίες της Βιβλιοθήκης ώστε να επιτύχει τους στόχους της. Τέτοιες πρωτοβουλίες είναι οι ενημερωτικές βιντεοπροβολές στους κοινόχρηστους χώρους, η κατάλληλη σήμανση χώρων, η μαζική αποστολή newsletter, οι βιωματικές εκπαιδευτικές ξεναγήσεις, η αγορά συλλογών για εμπλουτισμό, η σύναψη συνεργασιών για μείωση του κόστους απόκτησης τεκμηρίων, η έρευνα εμπιστοσύνης του κοινού και τέλος η παρακολούθηση δημοσιεύσεων σχετικά με την Εθνική βιβλιοθήκη.

Η δεύτερη διάσταση BSC της Εθνικής Βιβλιοθήκης αποτελείται από την Διαρκή Βελτίωση, Καινοτομία και Ανάπτυξη. Οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας σε αυτή την διάσταση είναι η εκπαίδευση του προσωπικού σε νέα συστήματα και τεχνολογίες του

καταλόγου, η αύξηση της ενεργούς συμμετοχής (engagement) των στελεχών, η έγκαιρη υιοθέτηση νέων προτύπων καταλογράφησης και η εσωτερική διαμόρφωση και εμπέδωση της ταυτότητας της Βιβλιοθήκης. Για την επίτευξη των παραπάνω κρίσιμων παραγόντων, η Βιβλιοθήκη χρησιμοποιεί ως δείκτες μέτρησης επιτυχίας τον μέσο χρόνο εξυπηρέτησης χρήστη, τον μέσο χρόνο επανατοποθέτησης τεκμηρίου, το ποσοστό ρυθμό αύξησης του δείκτη engagement, το ποσοστό των ωρών εκπαίδευσης ανά υπάλληλο στα πρότυπα καταλογράφησης και τέλος το ποσοστό του χρόνου από την έκδοση νέων προτύπων καταλογράφησης έως την εφαρμογή τους. Οι πρωτοβουλίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης για να πετύχει τους στόχους της σε αυτή την διάσταση είναι η διοργάνωση και υλοποίηση βιωματικών, συμμετοχικών και στοχευμένων εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων, αλληλοδιδασκτικά σεμινάρια, ενημέρωση και επιμόρφωση σε βιβλιοθηκονομικά θέματα και πρότυπα και τέλος, συνεργασία με εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα βιβλιοθηκονομίας μέσω κοινών καινοτόμων έργων.



ΣΧΗΜΑ 2.4.4.1 Ο χάρτης στρατηγικών αλληλεπιδράσεων της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας.

Η τρίτη διάσταση αποτελείται από τις Εσωτερικές διεργασίες, όπου αποβλέπουν στην αποτελεσματική διατμηματική συνεργασία, την επαρκή ανθρωποπροσπάθεια για την εκτέλεση του οικονομικού προγράμματος, τον έγκαιρο οικονομικό προγραμματισμό και την εκτέλεση των δράσεων που είναι στο οικονομικό πλάνο. Σε αυτή την διάσταση, οι δείκτες μέτρησης επιτυχίας επικεντρώνονται στις διατμηματικές

συναντήσεις ομάδων με κοινό στόχο και των επιτυχημένων έργων από αυτές και το ποσοστό εξερχομένων (εγγράφων, παρουσιάσεων κλπ.) που συμμορφώνονται με πρότυπα. Επίσης, υπάρχουν δείκτες μέτρησης του ποσοστού των αιτημάτων που ικανοποιούνται και καταλογογραφικής κάλυψης της ετήσιας εκδοτικής παραγωγής. Οι πρωτοβουλίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης για την επιτυχία της τρίτης διάστασης είναι η καταγραφή απαραίτητων βημάτων για την λειτουργία όλων των υπηρεσιών, η μοντελοποίηση των διοικητικών διαδικασιών, η δημιουργία προτύπων για έγγραφα, παρουσιάσεις κα., στελέχωση οικονομικών υπηρεσιών και τέλος η συμπλήρωση φόρμας καταγραφής των αναγκών ανά στοίχιση με αναγκαίους και διαθέσιμους πόρους.

Τέλος, η τέταρτη διάσταση περιλαμβάνει την Οικονομική Αποδοτικότητα. Η απορρόφηση των διαθέσιμων πιστώσεων σε εγνωσμένες ανάγκες, η διασφάλιση πόρων από άλλες πηγές και η αξιοποίηση επένδυσης στη νέα οπτική ταυτότητα είναι οι κρίσιμοι παράγοντες όπου η Εθνική Βιβλιοθήκη θέλει να επιτύχει. Οι δείκτες μέτρησης επιτυχίας περιλαμβάνουν το ποσοστό κρατικής επιχορήγησης που δαπανήθηκε από την Εθνική Βιβλιοθήκη, της κάλυψης των αναγκών από άλλες πηγές, των εσόδων που προέρχονται από ίδια έσοδα και τέλος, την αναγνωσιμότητα brand της. Για την επίτευξη του στόχου της τέταρτης διάστασης, η βιβλιοθήκη προχώρησε στην καταγραφή και μοντελοποίηση δράσεων του οικονομικού πλάνου και στην καθιέρωση χρονικών οροσήμων για την ολοκλήρωση και μέτρησης αυτών. Παράλληλα, δημιούργησε πωλητήριο επώνυμων προϊόντων και στην συνέχεια προχώρησε σε ειδικές εκδόσεις EBE.

2.5 Ο σκοπός της Διπλωματικής εργασίας και τα ερευνητικά ερωτήματα

Ο σκοπός αυτής της έρευνας είναι να αναλυθεί η αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών της Εθνικής Βιβλιοθήκης, δηλαδή αν διαφέρουν οι προσδοκίες και οι αντιλήψεις των χρηστών της EBE, όσον αφορά την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Ο κύριος στόχος της συγκεκριμένης έρευνας μέσω του ερωτηματολογίου είναι η συλλογή και επεξεργασία χρήσιμων πληροφοριών που αφορούν και προσδιορίζουν ποσοτικά τις αντιλήψεις (Perceptions) και τις προσδοκίες (Expectations) του κοινού για τις παρεχόμενες υπηρεσίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης, έτσι ώστε να βελτιωθεί η λειτουργία της αυξάνοντας την προσέλκυση των εν δυνάμει χρηστών. Έτσι, στόχος

είναι να προσδιοριστούν οι κατάλληλες στρατηγικές επικοινωνίας, ώστε να υπάρξει στοχευμένη βελτίωση των υπηρεσιών πάνω στις ανάγκες των χρηστών. Η προσέγγιση που θα χρησιμοποιηθεί είναι η θεωρητική επισκόπηση, αλλά και η ποσοτική έρευνα.

Όσον αφορά του ερευνητικούς στόχους, αυτοί είναι οι παρακάτω. Πιο συγκεκριμένα:

1. Πως προτιμούν οι ενδιαφερόμενοι χρήστες να ενημερώνονται για τις δράσεις της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας;
2. Ποια είναι τα είδη των υπηρεσιών που παρέχει η Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος και ποια είναι η απήχηση στους χρήστες της;
3. Ποιες είναι οι προσδοκίες που έχει το κοινό για μια ιδανική βιβλιοθήκη και ποιες είναι οι αντιλήψεις των χρηστών για τις παρεχόμενες υπηρεσίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος;
4. Ποιοι παράγοντες αναδεικνύονται ως σημαντικότεροι για τη λειτουργία της Εθνικής Βιβλιοθήκης;

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 Φιλοσοφία της έρευνας

Μια ερευνητική εργασία έχει ως στόχο να καλύψει με απαντήσεις ορισμένα ερευνητικά ερωτήματα βασισμένη σε ορισμένους προβληματισμούς. Ο ερευνητής από την μεριά του καλείται να σχεδιάσει την μεθοδολογία που θα ακολουθήσει, έτσι ώστε να επιλύσει το αναδυόμενο πρόβλημα που ταυτίζεται με το πεδίο ενασχόλησης της έρευνας. Επομένως, η μεθοδολογία της έρευνας περιλαμβάνει τις δράσεις, τις τεχνικές και τις προσεγγίσεις που μπορεί να ακολουθήσει ο ερευνητής ολοκληρώνοντας με επιστημονικό τρόπο τον σχεδιασμό της ερευνητικής διαδικασίας (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019).

Σύμφωνα με τους Κυριαζόπουλο και Σαμαντά (2011) η θεωρία του θετικισμού και η θεωρία της φαινομενολογίας (ή θεωρία οντολογίας) αποτελούν τις δυο προσεγγίσεις όπου μια ερευνητική μεθοδολογία μπορεί να βασιστεί. Στην θεωρία του θετικισμού, ο ερευνητής χρησιμοποιεί είτε την επαγωγική, είτε την παραγωγική προσέγγιση ελέγχοντας προϋπάρχουσες θεωρίες καταλήγοντας εν συνεχεία σε ελέγξιμα συμπεράσματα. Έτσι, σύμφωνα με την θεωρία αυτή, ο ερευνητής διαχωρίζεται από τον παρατηρητή προσπαθώντας να ερευνήσει τα γεγονότα όπως πραγματοποιήθηκαν προσπαθώντας να αποδείξει την θεωρητική προσέγγιση. Σε γενικές γραμμές στην θεωρία του θετικισμού επιβεβαιώνεται μόνο με μια άλλη αληθή θεωρία (Κυριαζόπουλος Π. & Σαμαντά Ε., 2011).

Η θεωρία της φαινομενολογίας μελετά πως η άνθρωποι βιώνουν μια εμπειρία και συγκεκριμένα γεγονότα προσφέροντας μια «προοπτική εκ των έσω» βασισμένη δηλαδή, σε εμπειρικές μεθόδους. Πιο συγκεκριμένα, η φανέρωση των εμπειριών και αντιλήψεων του ερευνητή θα αποτελέσουν και τον βαθμό της αποτελεσματικότητας της φαινομενολογίας. Η περιγραφική και η ερμηνευτική προσέγγιση αποτελούν τα δυο ρεύματα της φαινομενολογίας (Χαλικιάς Μ., 2016). Στην παρούσα ερευνητική μεταπτυχιακή εργασία επιλέγεται η φιλοσοφία του θετικισμού στοχεύοντας στον έλεγχο προϋπαρχουσών θεωριών καταλήγοντας στη συνέχεια σε ελεγχόμενα συμπεράσματα.

3.2 Ερευνητική προσέγγιση

Η ερευνητική προσέγγιση (research approach) αφορά το είδος και τις σκόπιμες παρεμβάσεις που μπορεί να κάνει ο ερευνητής κατά την διεξαγωγή της έρευνας. Οι προσπάθειες του ερευνητή εστιάζονται στον έλεγχο όπου εμπλέκονται «τρίτου» παράγοντες και στην σχέση των δυο μεταβλητών, δηλαδή της αιτίας και του αποτελέσματος σε καθορισμένο χρόνο. Σύμφωνα με τον Κυριαζόπουλο και Σαμαντά (2011), δυο είναι τα είδη της ερευνητικής προσέγγισης, η επαγωγική (inductive) και η παραγωγική (deductive), ή συμπερασματική. Στην επαγωγική ερευνητική προσέγγιση γίνεται προσπάθεια ένταξης των εμπειρικών στοιχείων στην υπάρχουσα θεωρία, δηλαδή από το «ειδικό» στο «γενικό». Ενώ, αντίθετα στην παραγωγική ερευνητική προσέγγιση υπάρχει η δυνατότητα μετάβασης από το «γενικό» στο «ειδικό», δηλαδή πραγματοποιείται εξέταση στην είδη υπάρχουσα θεωρία και στην συνέχεια με αυτή τη βάση αναπτύσσονται ερευνητικά ερωτήματα και υποθέσεις προς έλεγχο (Κυριαζόπουλος Π. & Σαμαντά Ε., 2011).

Στην παρούσα ερευνητική μεταπτυχιακή εργασία επιλέγεται η παραγωγική ερευνητική προσέγγιση. Σκοπός της προσέγγισης αυτής είναι η εξαγωγή συμπερασμάτων που αφορούν τις προσδοκίες και τις αντιλήψεις χρηστών της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος. Τα ερευνητικά ερωτήματα και οι στόχοι θα τεκμηριωθούν από τα αποτελέσματα της έρευνας. Τέλος, από τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα χρησιμοποιηθεί η κατάλληλη στρατηγική από την διοίκηση, ώστε η Εθνική Βιβλιοθήκη να βελτιώσει τις παρεχόμενες υπηρεσίες της και να προσελκύσει περισσότερο κοινό.

3.3 Τεχνική της έρευνας

Σύμφωνα με τον Σιώμκο (2018) υπάρχουν τέσσερις τεχνικές, όπου ο ερευνητής μπορεί να πραγματοποιήσει μια έρευνα. Οι τεχνικές αυτές περιλαμβάνουν την μελέτη περίπτωσης, την παρατήρηση μέσω πειραμάτων, την δημοσκόπηση και τις προβολικές τεχνικές. Η τεχνική της παρατήρησης αφορά άτομα εξειδικευμένα ή ακόμα και εκπαιδευμένα που παρατηρούν κάποιο φαινόμενο ή κάποια συμπεριφορά (Σιώμκος Γ., 2018) Η παρατήρηση είναι μια τεχνική, η οποία καταγράφει γεγονότα και χρειάζεται επαλήθευση. Η τεχνική της συνέντευξης, κατά τον Τσιώλη (2014) αποτελεί μια μέθοδο για την συλλογή υλικού, όπου ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει τις ερωτήσεις του ερευνητή. Ενώ στην δημοσκόπηση μέσω ερωτηματολογίου, ο κάθε ερωτώμενος καλείται να απαντήσει ένα σύνολο ερωτήσεων

ίδιες για όλους και με προκαθορισμένη σειρά, έτσι ώστε να συλλεχθούν δεδομένα. Για την αυξημένη εγκυρότητα των αποτελεσμάτων της έρευνας στην παρούσα ερευνητική μεταπτυχιακή εργασία επιλέχθηκε η τεχνική δημοσκόπησης μέσω του ερωτηματολογίου (Τσιώλης, 2018)

3.3.1 Είδη έρευνας και επιλογή ερευνητικής στρατηγικής

Σύμφωνα με τους Saunders, Lewiska και Thornhill (2019) τα βασικότερα είδη της έρευνας είναι η περιγραφική, η διερευνητική, η συμπερασματική και η αιτιολογική. Στην παρούσα εργασία ακολουθείται η περιγραφική έρευνα, γιατί σε αυτό το είδος έρευνας υπάρχει η δυνατότητα μελέτης ποσοτικοποιημένων μεταβλητών χωρίς την επιρροή του ερευνητή στον ερωτώμενο. Επομένως, η περιγραφική έρευνα έχει ως σκοπό να περιγράψει την σχέση μεταξύ της ανεξάρτητης (η μεταβλητή που αποτελεί την αιτία μεταβολών) και εξαρτημένης μεταβλητής (μεταβάλλεται ως αποτέλεσμα της ανεξάρτητης). Η χρήση της συγκεκριμένη έρευνας βοηθάει τον ερευνητή να προβλέψει συγκεκριμένα γεγονότα και να οδηγηθεί σε ορισμένες θεωρίες, ελέγχοντάς τες και τέλος να προχωρήσει στην λήψη αποφάσεων. Ενώ στην διερευνητική έρευνα προσδιορίζονται τα φαινόμενα και η αιτία που δημιουργεί το πρόβλημα που ασχολείται ο ερευνητής. Τέλος, στην επεξηγηματική έρευνα εξετάζεται η σχέση των μεταβλητών με την μέθοδο της ποσοτικής ανάλυσης βασιζόμενος ο ερευνητής στην υπάρχουσα βιβλιογραφία ή διεξάγοντας συνεντεύξεις σε εστιασμένες ομάδες (focus groups.). Άλλα είδη έρευνας είναι η εθνογραφική, επισκόπησης, παρατήρησης, πειράματος κ.τ.λ.

Ο κατάλληλος συνδυασμός που επιλέχθηκε από τον ερευνητή για την συγκεκριμένη ερευνητική μεταπτυχιακή εργασία είναι της περιγραφικής και της διερευνητικής με την χρήση ερωτηματολογίου. Η συνδυασμένη μέθοδος αυτή επιτρέπει στον ερευνητή να συλλέξει πρωτογενή στοιχεία με αποτελεσματικό και οικονομικό τρόπο. Παράλληλα με την χρήση διαδικτύου μειώνοντας το κόστος και αυξάνοντας την ευελιξία επιτυγχάνεται η μέγιστη δυνατή συλλογή πληροφοριών.

3.3.2 Μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η καταλληλότερη μέθοδος για τη διεξαγωγή έρευνας που επιλέχθηκε, τα στατιστικά στοιχεία του δείγματος που συλλέχθηκαν, καθώς και προβλήματα που προέκυψαν κατά την διάρκεια της έρευνας.

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε στη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία είναι η ποσοτική έρευνα με δημοσκόπηση, η οποία πραγματοποιήθηκε με δομημένο ερωτηματολόγιο σε χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης. Ο όρος ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει όλες τις μεθόδους συλλογής δεδομένων όπου ένα πλήθος ατόμων καλούνται να απαντήσουν στο ίδιο σύνολο ερωτήσεων, οι οποίες τίθενται στην ίδια προκαθορισμένη σειρά. (Vaus, 2016). Η πιο κατάλληλη μέθοδος συγκριτικά με τη συνέντευξη και την παρατήρηση θεωρήθηκε η χρήση δομημένου ερωτηματολογίου λόγω της πανδημίας, αλλά και επειδή παράλληλα μεγαλύτερο ποσοστό χρηστών μπορεί να απαντήσει, σε σύντομο χρονικό διάστημα. Επίσης, δεν δίνεται η δυνατότητα κατεύθυνσης του ερευνητή στην γνώμη του ερωτώμενου και το κόστος του ερωτηματολογίου ήταν αρκετά χαμηλό.

Ο τύπος των ερωτήσεων σε ένα ερωτηματολόγιο μπορεί να είναι ανοιχτού ή κλειστού τύπου ή να περιλαμβάνονται και τα δύο. Στις ερωτήσεις ανοικτού τύπου, ο ερωτώμενος έχει την δυνατότητα να μπορεί να εκφραστεί ελεύθερα, γεγονός που κάνει δύσκολη την ανάλυση και κωδικοποίηση των αποτελεσμάτων. Ενώ, οι ερωτήσεις κλειστού τύπου περιορίζουν την ελεύθερη έκφραση του ερωτώμενου με αποτέλεσμα την διευκόλυνση της ανάλυσης των αποτελεσμάτων. Συνεπώς, η χρήση δομημένου ερωτηματολογίου με ερωτήσεις κλειστού τύπου επιλέχθηκε για την συγκεκριμένη έρευνα, διότι περιέχει περισσότερα πλεονεκτήματα.

Για την εξαγωγή αξιόπιστων συμπερασμάτων, οι ερωτήσεις που επιλέγονται πρέπει να είναι διατυπωμένες με σαφήνεια, κατανοητές, σύντομες και χωρίς προσπάθεια κατεύθυνσης της γνώμης του κοινού από τον ερευνητή. Πριν από κάθε ερώτηση, για την αποφυγή τυχόν λαθών που μπορεί να επηρεάσουν τα αποτελέσματα της έρευνας, συστήνεται η ύπαρξη μιας σύντομης επεξήγησης, έτσι ώστε ο ερωτώμενος να αντιληφθεί την ερώτηση στην οποία καλείται να απαντήσει. Τέλος, η μορφή του ερωτηματολογίου θα πρέπει είναι δομημένη με τέτοιο τρόπο, ώστε ο ερωτώμενος να μπορεί να απαντήσει και να μην κουράζει (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019).

3.3.3 Χρήση ServQual ως εργαλείο μέτρησης ποιότητας της βιβλιοθήκης

Το Service Quality, όπως προαναφέρθηκε στο πρώτο κεφάλαιο, είναι ένα όργανο μέτρησης του gap score μεταξύ της υπηρεσίας που παρέχεται και των προσδοκίας του κοινού για τον τρόπο που πιστεύουν ότι θα έπρεπε να παρέχονται οι υπηρεσίες αυτές από τους φορείς εξέτασης.

Στην πρώτη ενότητα, ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει στα 33 χαρακτηριστικά υπηρεσιών των προσδοκιών δίνοντας βαθμολογία από το ένα έως το επτά. Αντίστοιχα πράττει και στην δεύτερη ενότητα που αφορά τις αντιλήψεις του κοινού. Η διαφορά gap score από τη βαθμολογία του των δύο ενότητων αναδεικνύει και την ποιότητα της υπηρεσίας που παρέχεται στο κοινό, δηλαδή αν είναι υψηλή ή όχι, ή αλλιώς αν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες που έχει το κοινό.

Τέλος, από όλα τα παραπάνω, θεωρήθηκε σκόπιμο το παρόν ερωτηματολόγιο να βασιστεί στο εργαλείο Servqual, έτσι ώστε να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα. Πιο συγκεκριμένα, δηλαδή πώς αντιλαμβάνονται και αξιολογούν οι χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης τις υπηρεσίες της σε σχέση με τις προσδοκίες τους και αντίστοιχα να γίνουν βελτιώσεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι έχει πραγματοποιηθεί αντίστοιχη έρευνα στο παρελθόν (Sao&Cuong, 2021).

Το εργαλείο Service Quality αποτελεί ένα χρήσιμο και ευρέως εργαλείο συμβάλλοντας σε πολλούς τομείς που παρέχουν υπηρεσίες, έτσι ώστε να κατανοήσουν καλύτερα τις ανάγκες των χρηστών. Συνεπώς, έτσι λαμβάνονται καλύτερα μέτρα για την βελτίωση των υπηρεσιών με αποτέλεσμα την μέγιστη ικανοποίηση των χρηστών.

3.4 Σχεδιασμός και δημιουργία ερωτηματολογίου

Κατά το πρότυπο του εργαλείου Service Quality, το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελείται από τρεις σελίδες. Στη πρώτη σελίδα περιλαμβάνονται το φύλο, η ηλικία, η εκπαίδευση καθώς και η επαγγελματική κατάσταση του ερωτώμενου, αν δηλαδή είναι άνεργος, εργαζόμενος κλπ. Επιπλέον, στην ίδια σελίδα περιλαμβάνονται κάποιες γενικές ερωτήσεις, όπως για παράδειγμα πόσο συχνά επισκέπτεται ο χρήστης την Εθνική Βιβλιοθήκη και για ποια υπηρεσία ή πώς αξιολογούν τις υπηρεσίες που παρέχονται σε γενικό επίπεδο. Το περιεχόμενο της δεύτερης σελίδας περιλαμβάνει ερωτήσεις που καλούνται να απαντήσουν οι χρήστες της βιβλιοθήκης για το πως είναι για εκείνους η ιδανική Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος από την άποψη παροχής υπηρεσιών. Ο χρήστης καλείται να απαντήσει σε 33 ερωτήσεις βασισμένες στις πέντε κυριότητες διαστάσεις του Service Quality:

1. Απτά χαρακτηριστικά και Υποδομές (Tangibles)
2. Αξιοπιστία (Reliability)
3. Ανταπόκριση (Responsiveness)

4. Ασφάλεια (Assurance)
5. Ενσυναίσθηση (Empathy)

Πιο συγκεκριμένα, οι 15 ερωτήσεις αφορούν τα απτά χαρακτηριστικά και τις υποδομές (Tangibles) της βιβλιοθήκη, δηλαδή εξετάζονται ο ηλεκτρονικός κατάλογος (OPAC), η ιστοσελίδα ο εξοπλισμός και ο χώρος της Εθνικής Βιβλιοθήκης. Οι 3 ερωτήσεις αφορούν την αξιοπιστία (Reliability) της Εθνικής Βιβλιοθήκης, δηλαδή την ικανότητά της να προσφέρει υπηρεσίες με αξιόπιστο τρόπο και με ακρίβεια. Οι 3 ερωτήσεις αφορούν την διάσταση ανταπόκριση (Responsiveness), δηλαδή την προθυμία του προσωπικού της Εθνικής Βιβλιοθήκης να βοηθάει τους χρήστες που την επισκέπτονται και χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της. Οι 9 ερωτήσεις αφορούν την ασφάλεια (Assurance), δηλαδή την συμπεριφορά και τις γνώσεις του προσωπικού, οι οποίες εμπνέουν σιγουριά και εμπιστοσύνη στους χρήστες. Τέλος, οι 3 ερωτήσεις αφορούν την τελευταία διάσταση ικανοποίησης, την ενσυναίσθηση (Empathy). Εδώ οι ερωτώμενοι καλούνται να απαντήσουν σε ερωτήσεις που συνδέονται με την προσοχή και προσωπική τους φροντίδα από την Βιβλιοθήκη και τις παρεχόμενες υπηρεσίες της.

Η βαθμολογική κλίμακα μέτρησης του βαθμού σημαντικότητας για τον ερωτώμενο είναι από το ένα ως το επτά. Ο ερωτώμενος καλείται να βαθμολογήσει με τον αριθμό ένα όταν θεωρεί ότι η συγκεκριμένη υπηρεσία είτε είναι αδιάφορη, είτε ότι δεν την θεωρεί σημαντική υπηρεσία για την ιδανική Εθνική Βιβλιοθήκη, δηλαδή διαφωνεί απόλυτα. Από την άλλη μεριά για τις υπηρεσίες που ο χρήστης θεωρεί ότι έχουν εξαιρετική σημασία βαθμολογεί με τον αριθμό επτά δηλώνοντας το συμφωνώ απόλυτα. Στην περίπτωση που ο χρήστης δεν θεωρεί την υπηρεσία ούτε εξαιρετικά σημαντική ούτε όμως τελείως ασήμαντη μπορεί να επιλέξει κάποιον από τους ενδιάμεσους αριθμούς. Στην τρίτη σελίδα περιλαμβάνονται ερωτήσεις αντίστοιχες με την δεύτερη που αφορούν όμως την αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών βαθμολογώντας ξανά κατά τον ίδιο τρόπο. Από τη διαφορά gap score που θα προκύψει από τη σύγκριση των αποτελεσμάτων της ιδανικής βιβλιοθήκης για τους χρήστες με τα αποτελέσματα των παρεχόμενων υπηρεσιών θα προκύψουν και τα βασικά συμπεράσματα για τις υπηρεσίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης. Τέλος, από τα gap score που προκύψουν από τα αποτελέσματα θα μπορεί η διοίκηση να είναι σε θέση να γνωρίζει τι βελτιώσεις χρειάζεται να υπάρξουν με στόχο την καλύτερη ικανοποίηση των χρηστών.

3.4.1 Διαδικασία δειγματοληψίας

Η διεξαγωγή της έρευνας πραγματοποιήθηκε στην Εθνική Βιβλιοθήκη με το ερωτηματολόγιο να μοιράζεται απευθείας στους χρήστες βιβλιοθήκης, οι οποίοι ήταν εκπαιδευόμενοι (interns) του προγράμματος “Επανεκκίνηση των Νέων” στο Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος. Παράλληλα, το ερωτηματολόγιο απεστάλη και σε τελειόφοιτους - πτυχιούχους του Μεταπτυχιακού Προγράμματος: Διοίκησης Επιχειρήσεων MBA με ηλεκτρονικό μήνυμα (e-mail) προκειμένου να βρεθεί το απαραίτητο δείγμα για την ανάλυση και την εξαγωγή συμπερασμάτων. Οι χρήστες που ανταποκρίθηκαν στην έρευνα ήταν 121 ενώ έγινε προσπάθεια οι χρήστες - ερωτώμενοι να είναι από διάφορες ηλικίες, από όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης, εργαζόμενοι σε οποιοδήποτε τομέα ή ακόμα και άνεργοι. Για την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος, ο περιορισμός που τέθηκε ήταν ο ερωτώμενος που συμμετέχει στην έρευνα να είναι χρήστης της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος.

Η έρευνα ήταν ποσοτική και διήρκεσε 20 ημέρες, δηλαδή από της 8 Μαΐου έως 27 Μαΐου 2023 και διεξήχθη στο φυσικό χώρο της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος και ηλεκτρονικά, μέσω του εργαλείου της Google Forms πάντα σε συνεννόηση και συνεργασία με το μόνιμο προσωπικό της βιβλιοθήκης. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μέθοδος συλλογής δειγματοληψίας ήταν ευκαιριακή λόγω των περιορισμών της πανδημίας.

Η συγκέντρωση των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε από το google forms (<https://docs.google.com/forms/d/1j59tyuEhbMRECHa4PEp4uBymtsSoZgaWzWzrRKQOpuy/edit?pli=1>) και στην συνέχεια ακολούθησε η επεξεργασία των στοιχείων. Αρχικά, τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων συγκεντρώθηκαν σε ένα πίνακα Excel, όπου η οριζόντιες στήλες αντιστοιχούσαν σε ένα ερωτηματολόγιο και οι κάθετες στήλες αντιστοιχούσαν σε κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με παραμετρικές μεθόδους χρησιμοποιώντας το βοηθητικό πρόγραμμα υπολογιστικών φύλλων Microsoft Office Excel Professional plus 2019 και στο στατιστικό λογισμικό **“IBM SPSS Statistics 20”**.

3.4.2 Η κωδικοποίηση των μεταβλητών μέτρησης της ποιότητας

Το ερωτηματολόγιο δομήθηκε σε 5 κεντρικές διαστάσεις, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω. Σε κάθε διάσταση εμπεριέχονται, μία για την προσδοκία (expectation) και μία για την αντίληψη (perception) του χρήστη της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος

αντίστοιχα. Η κωδικοποίηση των μεταβλητών μέτρησης της ποιότητας για κάθε διάσταση εφαρμόστηκε όπως φαίνεται στους παρακάτω πίνακες:

1. Απτά χαρακτηριστικά – Υποδομές (Tangibles)	
α) Προσδοκίες (Expectations)	
item	Ερωτήση
tangibles1_expectation	B1α) Ο ηλεκτρονικός κατάλογος (OPAC) της ΕΒΕ θα πρέπει να παρέχει πληροφορίες με ξεκάθαρο και κατανοητό τρόπο.
tangibles2_expectation	B1β) Ο ηλεκτρονικός κατάλογος (OPAC) της ΕΒΕ θα πρέπει να δείχνει τον αριθμό των αντιτύπων που διαθέτει η βιβλιοθήκη.
tangibles3_expectation	B2α) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ θα πρέπει να είναι ελκυστική.
tangibles4_expectation	B2β) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ θα πρέπει να εύκολη στην πλοήγησή της.
tangibles5_expectation	B2γ) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ θα πρέπει να περιλαμβάνει online φόρμες αίτησης υλικού.
tangibles6_expectation	B2δ) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ θα πρέπει να παρέχει πληροφορίες για όλες τις υπηρεσίες και τις δράσεις της βιβλιοθήκης.
tangibles7_expectation	B2ε) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ θα πρέπει να διευκολύνει την πρόσβαση σε μια ποικιλία ηλεκτρονικών πηγών πληροφόρησης.
tangibles8_expectation	B2στ) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ θα πρέπει να διευκολύνει την επικοινωνία των χρηστών με τους βιβλιοθηκονόμους.
tangibles9_expectation	B3α) Η ΕΒΕ θα πρέπει να διαθέτει εξοπλισμό σε καλή κατάσταση και διαθέσιμο όποτε τον χρειάζονται οι χρήστες.
tangibles10_expectation	B3β) Η ΕΒΕ θα πρέπει να διαθέτει Η/Υ που να χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για αναζήτηση στον κατάλογο.
tangibles11_expectation	B3γ) Η ΕΒΕ θα πρέπει να διαθέτει Η/Υ για τη διεξαγωγή έρευνας (αναζήτηση στο διαδίκτυο, σε ψηφιακές συλλογές, βάσεις δεδομένων κτλ.).
tangibles12_expectation	B3δ) Η ΕΒΕ θα πρέπει να διαθέτει εκτυπωτές και φωτοτυπικά μηχανήματα.
tangibles13_expectation	B3ε) Η ΕΒΕ θα πρέπει να διαθέτει μηχάνημα ανάγνωσης και εκτύπωσης μικροταινιών (microform/microfiche).

tangibles14_expectation	B8α) Ο χώρος της βιβλιοθήκης θα πρέπει να είναι ελκυστικός.
tangibles15_expectation	B8β) Ο χώρος της βιβλιοθήκης θα πρέπει να διευκολύνει τη συγκέντρωση και τη μελέτη.

Πίνακας 3.4.2.1 Κωδικοποίηση items – ερωτήσεων προσδοκιών πρώτης διάστασης
Απτά χαρακτηριστικά – Υποδομές (Tangibles)

1. Απτά χαρακτηριστικά – Υποδομές (Tangibles)	
β) Αντιλήψεις (Perceptions)	
item	Ερωτήση
tangibles1_perception	Γ1α) Ο ηλεκτρονικός κατάλογος (OPAC) της ΕΒΕ παρέχει πληροφορίες με ξεκάθαρο και κατανοητό τρόπο.
tangibles2_perception	Γ1β) Ο ηλεκτρονικός κατάλογος (OPAC) της ΕΒΕ δείχνει τον αριθμό των αντιτύπων που διαθέτει η βιβλιοθήκη.
tangibles3_perception	Γ2α) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ είναι ελκυστική.
tangibles4_perception	Γ2β) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ είναι εύκολη στην πλοήγησή της.
tangibles5_perception	Γ2γ) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ περιλαμβάνει online φόρμες αίτησης υλικού.
tangibles6_perception	Γ2δ) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ παρέχει πληροφορίες για όλες τις υπηρεσίες και τις δράσεις της βιβλιοθήκης.
tangibles7_perception	Γ2ε) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ διευκολύνει την πρόσβαση σε μια ποικιλία ηλεκτρονικών πηγών πληροφόρησης.
tangibles8_perception	Γ2στ) Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ διευκολύνει την επικοινωνία των χρηστών με τους βιβλιοθηκονόμους.
tangibles9_perception	Γ3α) Η ΕΒΕ διαθέτει εξοπλισμό σε καλή κατάσταση και διαθέσιμο όποτε τον χρειάζονται οι χρήστες.
tangibles10_perception	Γ3β) Η ΕΒΕ διαθέτει Η/Υ που να χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για αναζήτηση στον κατάλογο.
tangibles11_perception	Γ3γ) Η ΕΒΕ διαθέτει Η/Υ για τη διεξαγωγή έρευνας (αναζήτηση στο διαδίκτυο, σε ψηφιακές συλλογές, βάσεις δεδομένων κτλ.).
tangibles12_perception	Γ3δ) Η ΕΒΕ διαθέτει εκτυπωτές και φωτοτυπικά μηχανήματα.

tangibles13_perception	Γ3ε) Η ΕΒΕ διαθέτει μηχανήμα ανάγνωσης και εκτύπωσης μικροταινιών (microform/microfiche).
tangibles14_perception	Γ8α) Ο χώρος της βιβλιοθήκης είναι ελκυστικός.
tangibles15_perception	Γ8β) Ο χώρος της βιβλιοθήκης διευκολύνει τη συγκέντρωση και τη μελέτη.

Πίνακας 3.4.2.2 Κωδικοποίηση items – ερωτήσεων αντιλήψεων πρώτης διάστασης
Απτά χαρακτηριστικά – Υποδομές (Tangibles)

2. Αξιοπιστία (Reliability)	
α) Προσδοκίες (Expectations)	
item	Ερωτήση
reliability1_expectation	Β1γ) Ο ηλεκτρονικός κατάλογος (OPAC) της ΕΒΕ θα πρέπει να αποτελεί αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης για όλα τα είδη τεκμηρίων που διαθέτει η βιβλιοθήκη.
reliability2_expectation	Β6α) Η συλλογή της ΕΒΕ θα πρέπει να καλύπτει πλήρως την ελληνική βιβλιογραφία (εθνική εκδοτική παραγωγή).
reliability3_expectation	Β6β) Η συλλογή της ΕΒΕ θα πρέπει να εμπλουτίζεται με όλες τις νέες εκδόσεις και να διατίθενται άμεσα για χρήση στο κοινό.

Πίνακας 3.4.2.3 Κωδικοποίηση items – ερωτήσεων προσδοκιών δεύτερης διάστασης
Αξιοπιστία (Reliability)

2. Αξιοπιστία (Reliability)	
β) Αντιλήψεις (Perceptions)	
item	Ερωτήση
reliability1_perception	Γ1γ) Ο ηλεκτρονικός κατάλογος (OPAC) της ΕΒΕ αποτελεί αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης για όλα τα είδη τεκμηρίων που διαθέτει η βιβλιοθήκη.
reliability2_perception	Γ6α) Η συλλογή της ΕΒΕ καλύπτει πλήρως την ελληνική βιβλιογραφία (εθνική εκδοτική παραγωγή).

reliability3_perception	Γ6β) Η συλλογή της ΕΒΕ εμπλουτίζεται με όλες τις νέες εκδόσεις και να διατίθενται άμεσα για χρήση στο κοινό.
-------------------------	--

Πίνακας 3.4.2.4 Κωδικοποίηση items – ερωτήσεων αντιλήψεων δεύτερης διάστασης Αξιοπιστία (Reliability)

3. Ανταπόκριση (Responsiveness)	
α) Προσδοκίες (Expectations)	
item	Ερωτήση
responsiveness1_expectation	B4β) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να είναι διαθέσιμο όποτε το χρειάζονται οι χρήστες.
responsiveness2_expectation	B7) Ο χρόνος αναμονής ανάμεσα στην κατάθεση αιτήματος και την παράδοση των τεκμηρίων θα πρέπει να είναι ελάχιστος.
responsiveness3_expectation	B10) Η ΕΒΕ θα πρέπει να παρέχει τις υπηρεσίες στο χρόνο που υπόσχεται.

Πίνακας 3.4.2.5 Κωδικοποίηση items – ερωτήσεων προσδοκιών τρίτης διάστασης Ανταπόκριση (Responsiveness)

3. Ανταπόκριση (Responsiveness)	
β) Αντιλήψεις (Perceptions)	
item	Ερωτήση
responsiveness1_perception	Γ4β) Το προσωπικό της ΕΒΕ είναι διαθέσιμο όποτε το χρειάζονται οι χρήστες.
responsiveness2_perception	Γ7) Ο χρόνος αναμονής ανάμεσα στην κατάθεση αιτήματος και την παράδοση των τεκμηρίων είναι ελάχιστος.
responsiveness3_perception	Γ10) Η ΕΒΕ παρέχει τις υπηρεσίες στο χρόνο που υπόσχεται.

Πίνακας 3.4.2.6 Κωδικοποίηση items – ερωτήσεων αντιλήψεων τρίτης διάστασης Ανταπόκριση (Responsiveness)

4. Ασφάλεια (Assurance)	
α) Προσδοκίες (Expectations)	
item	Ερωτήση

assurance1_expectation	B4β) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να είναι φιλόξενο.
assurance2_expectation	B4γ) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να είναι ευγενικό και εξυπηρετικό.
assurance3_expectation	B4δ) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να είναι ειδικό στον εντοπισμό των πληροφοριών που χρειάζονται οι χρήστες.
assurance4_expectation	B4ε) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να είναι προσιτό και φιλικό.
assurance5_expectation	B4η) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να είναι διαθέτει τις γνώσεις ώστε να απαντά στα ερωτήματα των χρηστών.
assurance6_expectation	B5α) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να βοηθά τους χρήστες να εντοπίζουν το υλικό που χρειάζονται.
assurance7_expectation	B5β) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να βοηθά τους χρήστες να αποκτούν πρόσβαση στο υλικό που χρειάζονται.
assurance8_expectation	B5γ) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να βοηθά τους χρήστες να αξιολογούν τις πληροφορίες που εντοπίζουν.
assurance9_expectation	B5δ) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να βοηθά τους χρήστες να μάθουν πως να βρίσκουν πληροφορίες.

Πίνακας 3.4.2.7 Κωδικοποίηση items – ερωτήσεων προσδοκιών τέταρτης διάστασης Ασφάλεια (Assurance)

4. Ασφάλεια (Assurance)	
β) Αντιλήψεις (Perceptions)	
item	Ερωτήση
assurance1_perception	Γ4β) Το προσωπικό της ΕΒΕ είναι φιλόξενο.
assurance2_perception	Γ4γ) Το προσωπικό της ΕΒΕ είναι ευγενικό και εξυπηρετικό.
assurance3_perception	Γ4δ) Το προσωπικό της ΕΒΕ είναι ειδικό στον εντοπισμό των πληροφοριών που χρειάζονται οι χρήστες.

assurance4_perception	Γ4ε) Το προσωπικό της ΕΒΕ είναι προσιτό και φιλικό.
assurance5_perception	Γ4η) Το προσωπικό της ΕΒΕ είναι διαθέτει τις γνώσεις ώστε να απαντά στα ερωτήματα των χρηστών.
assurance6_perception	Γ5α) Το προσωπικό της ΕΒΕ βοηθά τους χρήστες να εντοπίζουν το υλικό που χρειάζονται.
assurance7_perception	Γ5β) Το προσωπικό της ΕΒΕ βοηθά τους χρήστες να αποκτούν πρόσβαση στο υλικό που χρειάζονται.
assurance8_perception	Γ5γ) Το προσωπικό της ΕΒΕ βοηθά τους χρήστες να αξιολογούν τις πληροφορίες που εντοπίζουν.
assurance9_perception	Γ5δ) Το προσωπικό της ΕΒΕ βοηθά τους χρήστες να μάθουν πως να βρίσκουν πληροφορίες.

Πίνακας 3.4.2.8 Κωδικοποίηση items – ερωτήσεων αντιλήψεων τέταρτης διάστασης Ασφάλεια (Assurance)

5. Ενσυναίσθηση (Empathy)	
α) Προσδοκίες (Expectations)	
item	Ερωτήση
empathy1_expectation	B4στ) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να είναι να δίνει προσοχή σε κάθε χρήστη ξεχωριστά.
empathy2_expectation	B4ζ) Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να είναι δείχνει ειλικρινές ενδιαφέρον στην επίλυση των προβλημάτων των χρηστών.
empathy3_expectation	B9) Η ΕΒΕ θα πρέπει να έχει ωράριο που βολεύει τους χρήστες.

Πίνακας 3.4.2.9 Κωδικοποίηση items – ερωτήσεων προσδοκιών πέμπτης διάστασης Ενσυναίσθηση (Empathy)

5. Ενσυναίσθηση (Empathy)	
β) Αντιλήψεις (Perceptions)	
item	Ερωτήση

empathy1_perception	Γ4στ) Το προσωπικό της ΕΒΕ δίνει προσοχή σε κάθε χρήστη ξεχωριστά.
empathy2_perception	Γ4ζ) Το προσωπικό της ΕΒΕ δείχνει ειλικρινές ενδιαφέρον στην επίλυση των προβλημάτων των χρηστών.
empathy3_perception	Γ9) Η ΕΒΕ έχει ωράριο που βολεύει τους χρήστες.

Πίνακας 3.4.2.10 Κωδικοποίηση items – ερωτήσεων αντιλήψεων πέμπτης διάστασης Ενσυναίσθηση (Empathy)

3.4.3 Δικαιολόγηση των τρόπων της στατιστικής ανάλυσης που θα ακολουθήσουν

Η δικαιολόγηση της μεθόδου στατιστικής ανάλυσης θα πραγματοποιηθεί με παραμετρικές μεθόδους από το στατιστικό λογισμικό “**IBM SPSS Statistics 20**” και το EXCEL. Τα προγράμματά αυτά είναι ευρέως διαδεδομένα και οι παρεχόμενες λειτουργίες τους ανταποκρίνονται πλήρως στην στατιστική ανάλυση της πρωτογενούς έρευνας της εργασίας. Πιο συγκεκριμένα, μέσα από το στατικό εργαλείο SPSS υπάρχει η δυνατότητα διερευνητικής ανάλυσης των δεδομένων μέσω συγκεντρωτικών πινάκων (Pivot tables) (Χαλκιάς Μ., 2021). Το λογισμικό αυτό δίνει την δυνατότητα εξαγωγής αξιόπιστων συμπερασμάτων, καθώς επίσης επιτρέπει τον έλεγχο της εγκυρότητας των αποτελεσμάτων της έρευνας.

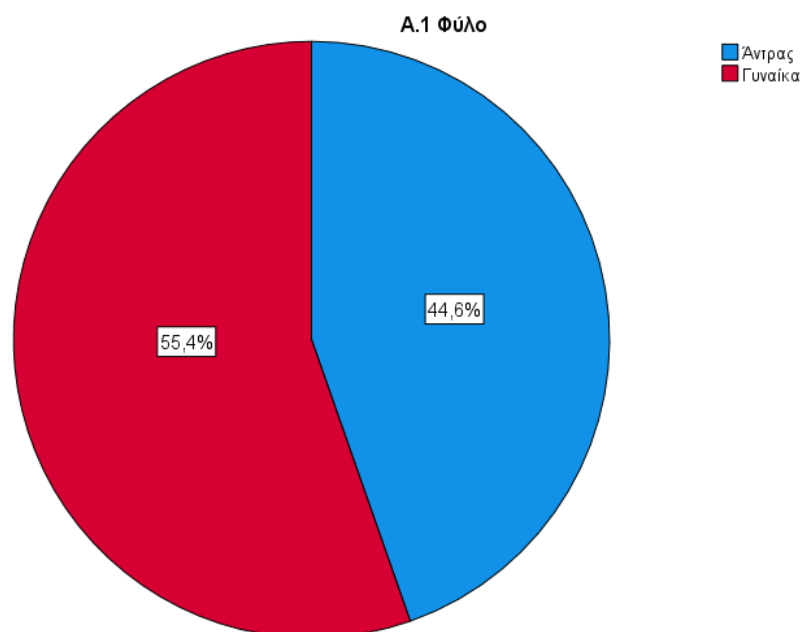
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

4.1 Παρουσίαση Δημογραφικών Στοιχείων – Προφίλ του δείγματος

Σύμφωνα με τον οδηγό χρήσης IBM SPSS STATISTICS (Χαλκιάς, Μανωλέσσου, & Λάλου, 2015) προέκυψαν οι παρακάτω συγκεντρωτικοί πίνακες και τα διαγράμματα των δημογραφικών στοιχείων, καθώς και οι συχνότητες και τα ποσοστά των ερωτώμενων στις πρώτες τέσσερις ερωτήσεις.

Τα παρακάτω αποτελέσματα προσφέρουν μια ολοκληρωμένη επισκόπηση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των ερωτηθέντων σε έρευνα που διεξήχθη στην Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος. Τα ευρήματα αποκαλύπτουν βασικές πληροφορίες για τη βάση χρηστών της βιβλιοθήκης, συμπεριλαμβανομένης της κατανομής των φύλων, των ηλικιακών ομάδων, των επιπέδων εκπαίδευσης και της κατάστασης απασχόλησης.

4.1.1 Φύλο



Σχήμα 4.1.1.1 Φύλο χρηστών

Από τους 121 χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος που ανταποκρίθηκαν στην έρευνα (ερωτ. Α1.), τα στοιχεία αναδεικνύουν την πλειοψηφία των γυναικών που απάντησαν, οι οποίες αποτελούν το 55,37% του συνολικού δείγματος, ενώ οι

άνδρες αντιπροσωπεύουν το υπόλοιπο 44,63%. Αυτή η κατανομή των φύλων παρέχει μια ουσιαστική βάση για την κατανόηση της σύνθεσης των χρηστών της βιβλιοθήκης.

4.1.2 Ηλικιακή ομάδα

Η κατανομή των ερωτηθέντων ανά ηλικιακές ομάδες είναι ιδιαίτερα διαφωτιστική (ερωτ. Α2.). Η μεγαλύτερη ομάδα ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών, η οποία αντιπροσωπεύει το 57,9% του συνόλου των ερωτηθέντων. Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτή η ηλικιακή ομάδα ακολουθείται από τις ηλικίες 35-44 (21,5%), 18-24 (9,9%), 45-50 (9,1%) και 55-64 (1,7%). Αξιοσημείωτο είναι ότι δεν υπάρχουν ερωτηθέντες άνω των 65 ετών, γεγονός που μπορεί να αποδοθεί στη σχετικά χαμηλότερη χρήση του διαδικτύου από αυτούς σε σύγκριση με το υπόλοιπο δείγμα. Ο υπολογισμένος μέσος όρος ηλικίας των ερωτηθέντων, 33 έτη, υποδηλώνει μια τάση προς την απόκτηση υψηλότερης εκπαίδευσης σε νεότερη ηλικία.

Ηλικιακή Ομάδα				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-24 ετών	12	9,9	9,9	9,9
25-34 ετών	70	57,9	57,9	67,8
35-44 ετών	26	21,5	21,5	89,3
45-54 ετών	11	9,1	9,1	98,3
55-64 ετών	2	1,7	1,7	100,0
Total	121	100,0	100,0	

Πίνακας 4.1.2.1 Ηλικιακή ομάδα

4.1.3 Εκπαιδευτικά προσόντα

Επίπεδο Σπουδών				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διδακτορικό δίπλωμα	5	4,1	4,1	4,1
Λύκειο	2	1,7	1,7	5,8
Μεταλυκειακή εκπαίδευση (IEK / Κολλέγιο)	3	2,5	2,5	8,3
Μεταπτυχιακό δίπλωμα	52	43,0	43,0	51,2
Τριτοβάθμια εκπαίδευση	59	48,8	48,8	100,0

Total	121	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Πίνακας 4.1.3.1 Εκπαιδευτικά προσόντα

Όσον αφορά τα επίπεδα εκπαίδευσης (ερωτ. Α3.), ένα σημαντικό μέρος των ερωτηθέντων είναι κάτοχοι πτυχίων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, αποτελώντας το 48,8% του δείγματος, ενώ ένα επιπλέον 43% έχει μεταπτυχιακούς τίτλους σπουδών. Μικρότερα ποσοστά περιλαμβάνουν άτομα με διδακτορικό δίπλωμα (4,1%), δευτεροβάθμια εκπαίδευση (2,5%) και εκπαίδευση λυκείου (1,7%). Οι πληροφορίες αυτές υπογραμμίζουν την ενασχόληση της βιβλιοθήκης με ένα υψηλά μορφωμένο κοινό, με κυρίαρχη έμφαση στα ανώτερα εκπαιδευτικά προσόντα.

Από τα παραπάνω στοιχεία εξάγεται ένα βασικό συμπέρασμα όσον αφορά το κοινό το οποίο χρησιμοποιεί κατά κύριο λόγο τις υπηρεσίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας. Δηλαδή φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων (93,5%), βρίσκεται στις ανώτερες βαθμίδες της εκπαίδευσης, σε αντίθεση με τα αρκετά χαμηλά επίπεδα στα οποία βρίσκεται το ποσοστό που αφορά την δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Το χαμηλό ποσοστό των χρηστών με χαμηλή βαθμίδα εκπαίδευσης που χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες της Βιβλιοθήκης μπορεί να αποτελέσει ζήτημα που χρειάζεται περαιτέρω έρευνα, Παράλληλα μπορεί να αποτελέσει προβληματισμό για την διοίκηση της Βιβλιοθήκης για το πώς μπορεί να αντιμετωπιστεί, έτσι ώστε η συμμετοχή του κοινού να γίνει πιο ενεργή.

4.1.4 Επαγγελματική κατάσταση

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Άνεργος	8	6,6	6,6	6,6
Αυτοαπασχολούμενος	3	2,5	2,5	9,1
Μαθητής / Φοιτητής	5	4,1	4,1	13,2
Μισθωτός (Δημόσιος Υπάλληλος)	18	14,9	14,9	28,1
Μισθωτός (Ιδιωτικός Υπάλληλος)	87	71,9	71,9	100,0
Total	121	100,0	100,0	

Πίνακας 4.1.4.1 Προφίλ απασχόλησης

Όσον αφορά το καθεστώς απασχόλησης (ερωτ. Α4.), τα στοιχεία δείχνουν ότι ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων απασχολείται τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο τομέα, αντιπροσωπεύοντας το 82,64% του δείγματος. Οι δημόσιοι υπάλληλοι αποτελούν το 14,9%, ενώ μικρότερες ομάδες είναι οι άνεργοι (6,6%), οι φοιτητές (4,1%), οι ελεύθεροι επαγγελματίες (2,5%) και άλλες κατηγορίες (0%).

4.1.5 Ανάλυση crosstabs

Διασταυρώνοντας την κατάσταση απασχόλησης (ερωτ. Α4.) και εκπαίδευσης των χρηστών (ερωτ. Α3.) με τη βοήθεια του προγράμματος SPSS παρατηρούμε στον παρακάτω πίνακα τα εξής:

Επαγγελματική Κατάσταση * Επίπεδο Σπουδών Crosstabulation

		Επίπεδο Σπουδών					Total
		Διδακτορικό δίπλωμα	Λύκειο	Μεταλυκειακή εκπαίδευση (IEK / Κολέγιο)	Μεταπτυχιακό δίπλωμα	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	
Επαγγελματική Κατάσταση	Άνεργος	0	0	0	1	7	8
	Αυτοαπασχολούμενος	0	0	0	3	0	3
	Μαθητής / Φοιτητής	0	0	0	1	4	5
	Μισθωτός (Δημόσιος Υπάλληλος)	2	2	0	13	1	18
	Μισθωτός (Ιδιωτικός Υπάλληλος)	3	0	3	34	47	87
Total		5	2	3	52	59	121

Πίνακας 4.1.5.1 Διασταύρωση κατάστασης απασχόλησης με το προφίλ εκπαίδευσης.

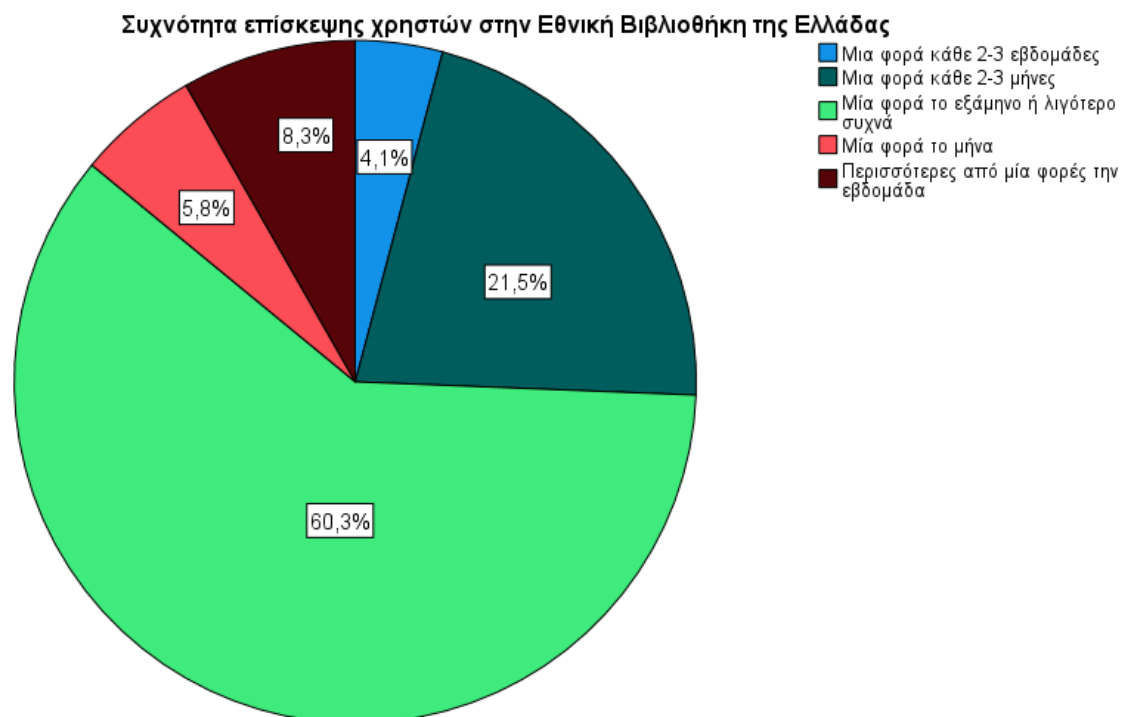
Από τον πίνακα 4.1.5.1 φαίνεται ότι οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών και πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που απασχολούνται στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα αποτελούν μεγάλο μέρος του δείγματος. Συμπερασματικά, εδώ προκύπτει ότι τις υπηρεσίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης τις χρησιμοποιούν περισσότερο οι κάτοχοι πτυχίου στις ανώτερες βαθμίδες εκπαίδευσης με την ιδιότητα μισθωτός ιδιωτικό και δημοσίου τομέα να αγγίζει το ποσοστό το 82,64%, λόγω πιθανών αυξημένων ερευνητικών και πληροφοριακών αναγκών τους.

Τα ευρήματα αυτά οδηγούν σε αρκετές σημαντικές παρατηρήσεις και σε πιθανούς δρόμους για περαιτέρω έρευνα και παρέμβαση. Ειδικότερα, η Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος εξυπηρετεί κατά κύριο λόγο μια δημογραφική ομάδα υψηλού μορφωτικού επιπέδου, και η βιβλιοθήκη ίσως χρειαστεί να προσαρμόσει τις υπηρεσίες της ώστε να ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες πληροφόρησης και έρευνας αυτής της συγκεκριμένης ομάδας χρηστών. Επιπλέον, υπάρχει ένα κενό στη συμμετοχή ατόμων με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο, γεγονός που υποδηλώνει την ανάγκη για στρατηγικές που θα εμπλέκουν αυτό το τμήμα πιο ενεργά και θα παρέχουν ευκαιρίες για πληροφοριακό αλφαριθμητισμό και εκπαίδευση.

Συμπερασματικά, τα δημογραφικά στοιχεία της βάσης χρηστών της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος, όπως προέκυψαν από την έρευνα, προσφέρουν πολύτιμες πληροφορίες για το ίδρυμα. Οι γνώσεις αυτές μπορούν να καθοδηγήσουν τις προσπάθειες για τη βελτίωση των υπηρεσιών, την επέκταση της προσέγγισης και τη δημιουργία προγραμμάτων χωρίς αποκλεισμούς που ανταποκρίνονται στις διαφορετικές ανάγκες των επισκεπτών της βιβλιοθήκης.

4.2 Παρουσίαση απόψεων της ομάδας στόχου από την έρευνα

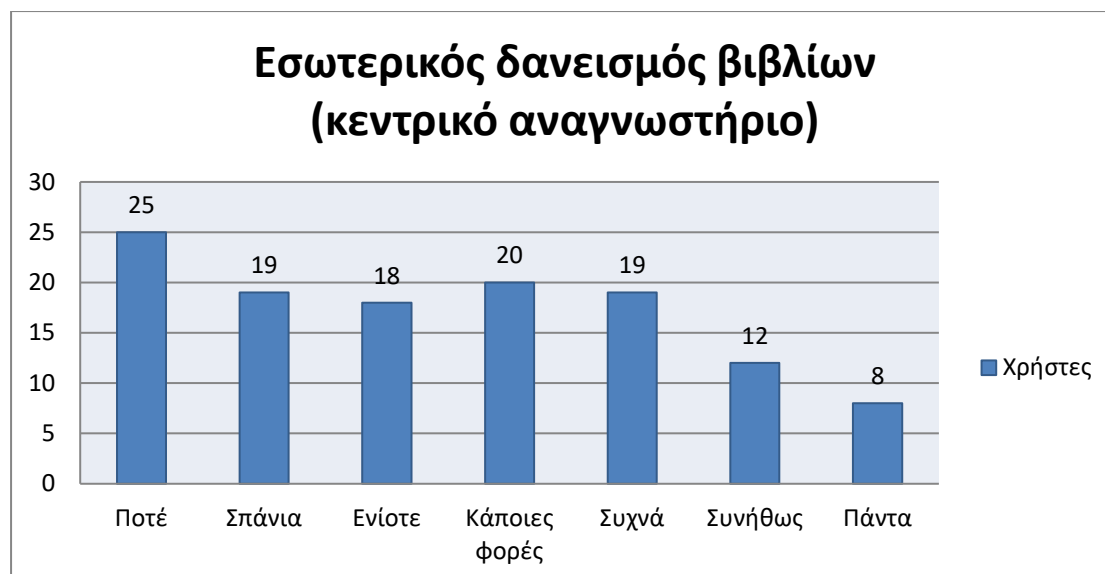
Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την επεξεργασία των στοιχείων της έρευνας που διεξήχθη προς τους χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος, σχετικά με την συχνότητα επίσκεψης των χρηστών και χρησιμοποίησης των υπηρεσιών. Επίσης παρουσιάζονται οι απόψεις της ομάδας στόχου για τις παρεχόμενες υπηρεσίες της ΕΒΕ, καθώς και οι προσδοκίες τους με την βοήθεια του στατιστικού λογισμικού SPSS.



Σχήμα 4.2.1 Συχνότητα επίσκεψης των χρηστών στην Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδας.

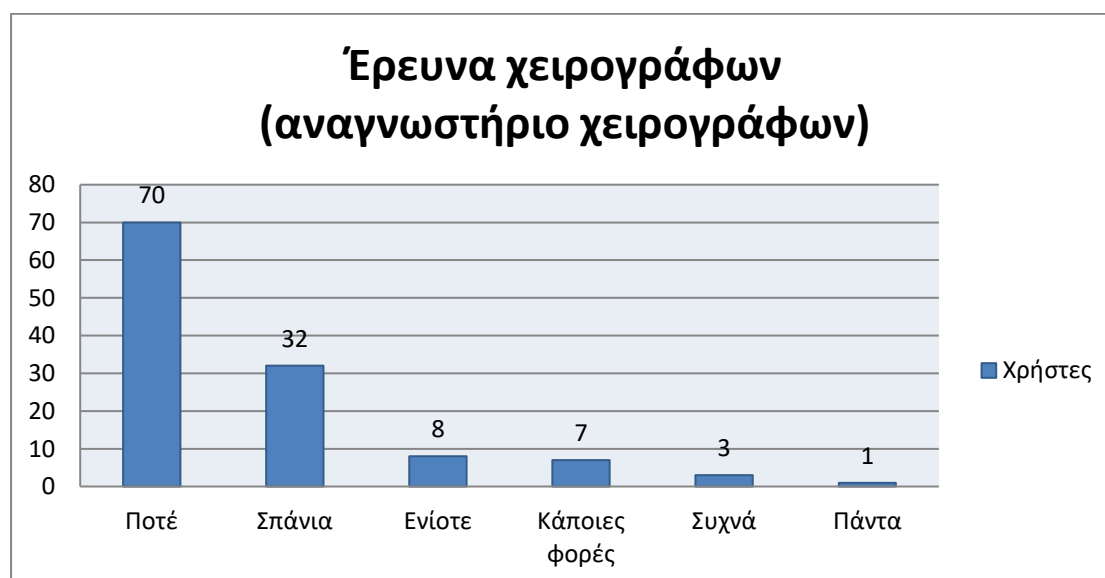
Η συχνότητα επίσκεψης των χρηστών (ερωτ. Α5.) του δείγματος φαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα, όπου η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων σε ποσοστό 60,3% επισκέπτεται την Εθνική Βιβλιοθήκη μια φορά το εξάμηνο ή λιγότερο συχνά. Ακολουθούν οι χρήστες που την επισκέπτονται μια φορά κάθε 2-3 μήνες με ποσοστό 21,5% και με 8,3% και στην κατώτερη βαθμίδα βρίσκονται οι χρήστες που επισκέπτονται την βιβλιοθήκη μια φορά κάθε 2-3 εβδομάδες. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην κατάσταση απασχόλησης και εκπαίδευσης των χρηστών, όπως περιγράφεται στον Σχήμα 4.5.1.1 Διασταύρωση κατάστασης με το προφίλ εκπαίδευσης.

Στη συνέχεια, αναλύεται η συχνότητα που οι χρήστες χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος (ερωτ. Α6.) βαθμολογώντας σε μια κλίμακα από το ένα έως το επτά όπου το ένα είναι το ποτέ και το επτά είναι το πάντα.



Σχήμα 4.2.2 Συχνότητα επίσκεψης εσωτερικού δανεισμού των χρηστών

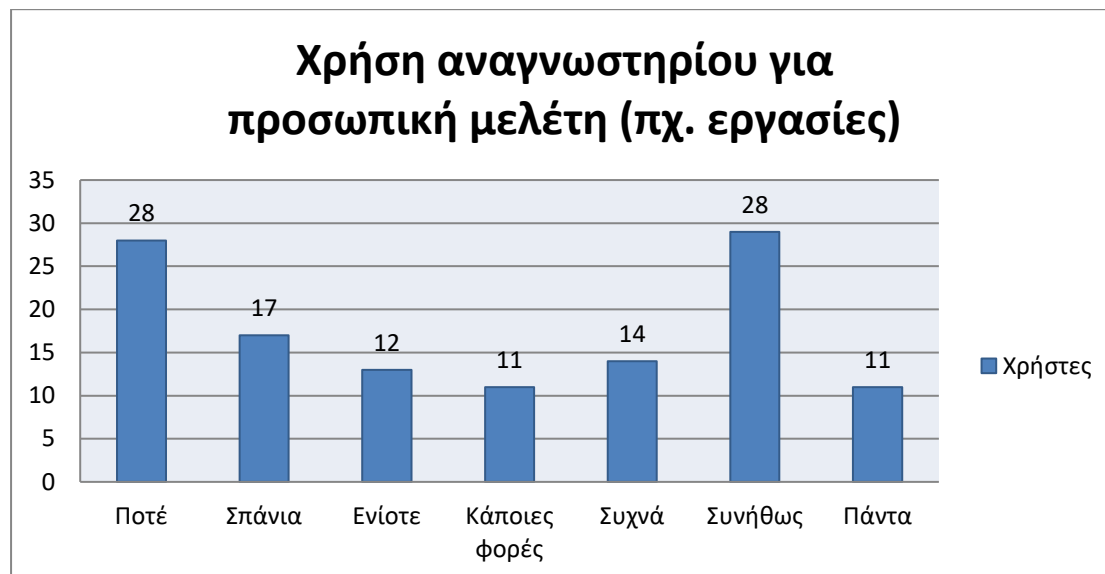
Οι 25 δηλαδή από τους 121 χρήστες της Βιβλιοθήκης απάντησαν ότι δεν χρησιμοποιούν την υπηρεσία του εσωτερικού δανεισμού, ενώ μόλις 8 ερωτηθέντες τη χρησιμοποιούν πάντα. Οι επιλογές σπάνια, ενίοτε, κάποιες φορές και συχνά κυμαίνονται στα 19-20 άτομα αντίστοιχα, ενώ η επιλογή συνήθως στα 12.



Σχήμα 4.2.3 Συχνότητα χρήσης αναγνωστηρίου χειρογράφων

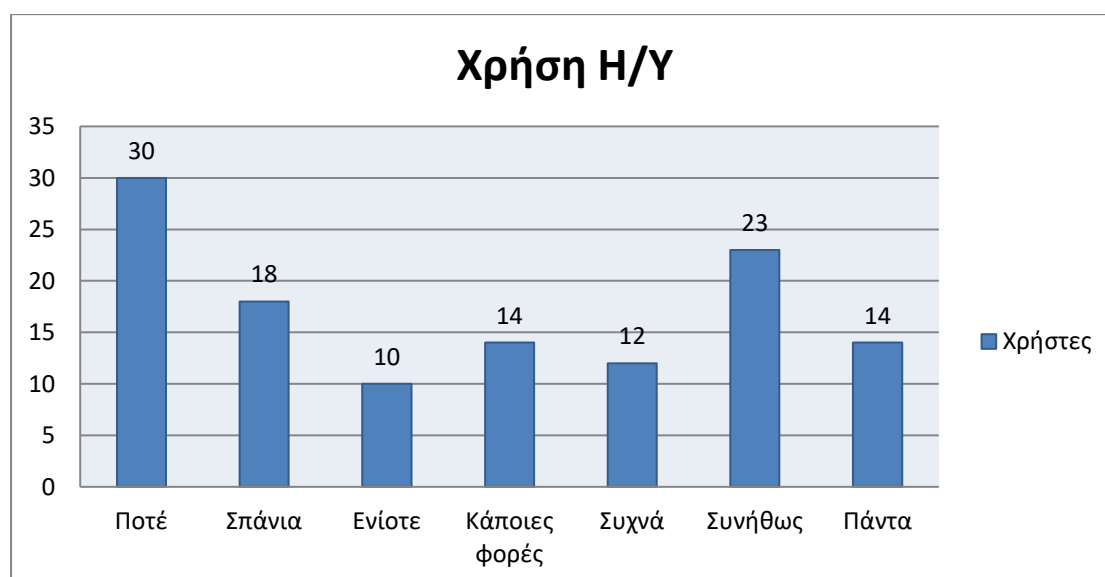
Από το παραπάνω σχήμα φαίνεται ότι την συγκεκριμένη υπηρεσία τη χρησιμοποιούν μόλις ένα άτομο πάντα και 10 άτομα κάποιες φορές ή συχνά, ενώ ο μεγαλύτερος όγκος των ερωτηθέντων βρίσκεται στην επιλογή από ποτέ έως ενίοτε. Από τα αποτελέσματα γίνεται φανερό ότι η χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας

πραγματοποιείται από εξειδικευμένους χρήστες, με τους περισσότερους συμμετέχοντες στην έρευνα να μην την γνωρίζουν.



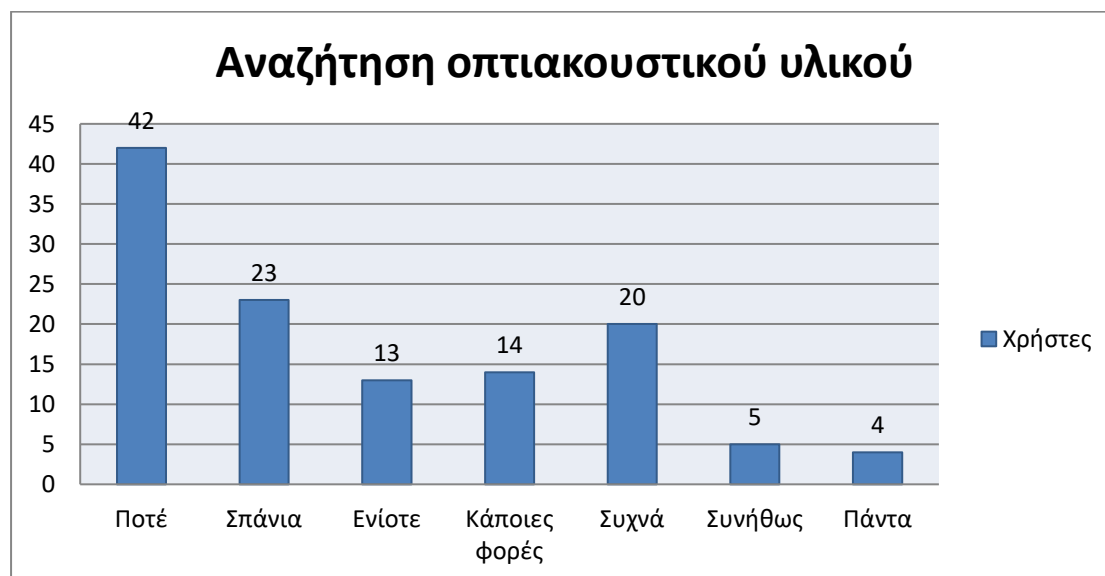
Σχήμα 4.2.4 Συχνότητα χρήσης αναγνωστηρίου για προσωπική μελέτη

Αντίστοιχα 11 ερωτηθέντες από τους 121 που μετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι πάντα χρησιμοποιούν την συγκεκριμένη υπηρεσία για προσωπική μελέτη ενώ 28 άτομα από τους ερωτηθέντες απάντησαν ότι δεν χρησιμοποιούν ποτέ το αναγνωστήριο για προσωπική μελέτη. Το 53% του δείγματος χρησιμοποιεί την υπηρεσία κάποιες φορές έως πάντα.



Σχήμα 4.2.4 Συχνότητα χρήσης ηλεκτρονικών υπολογιστών στην Εθνική Βιβλιοθήκη

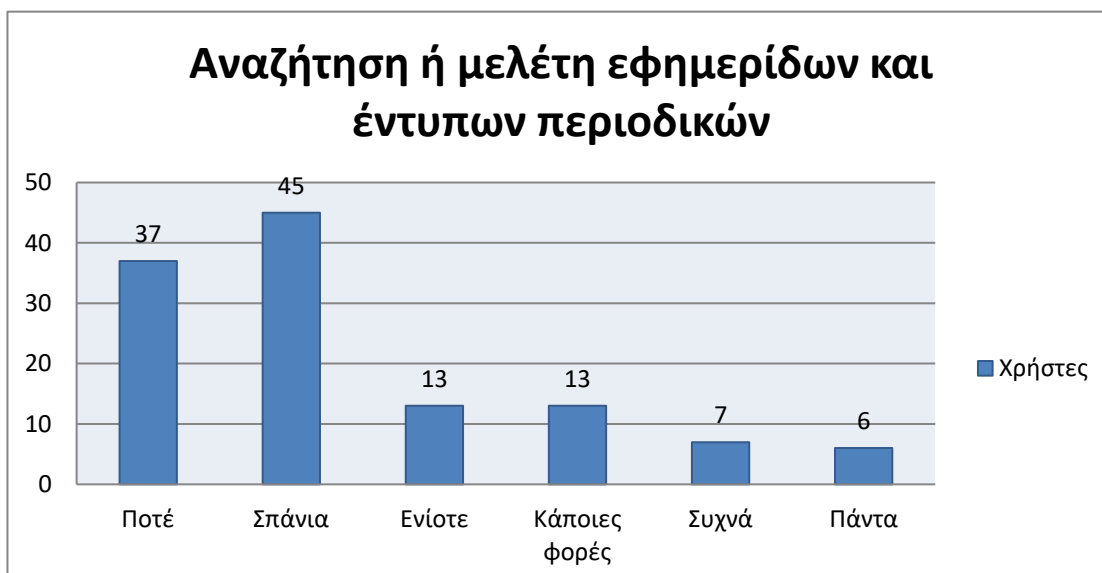
Από το σχήμα 4.2.4 προκύπτει ότι οι περισσότεροι χρήστες (30 χρήστες) δεν χρησιμοποιούν ποτέ τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές ακολουθώντας οι χρήστες που τους χρησιμοποιούν σπάνια (18 χρήστες), Από την άλλη μεριά παραμένει ένας σημαντικός αριθμός 37 χρηστών που κάνουν χρήση συνήθως ή πάντα.



Σχήμα 4.2.5 Συχνότητα χρήσης αναζήτησης οπτιακουστικού υλικού στην Εθνική Βιβλιοθήκη

Από το σχήμα 4.2.5 συχνότητων χρησιμοποίησης της υπηρεσία αναζήτησης οπτικοακουστικού υλικού μόλις 4 χρήστες απάντησαν ότι τη χρησιμοποιούν πάντα. Αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η συγκεκριμένη υπηρεσία χρησιμοποιείται για πιο εξειδικευμένους ερευνητικούς σκοπούς, ενώ οι 42 χρήστες δήλωσαν ότι δεν την χρησιμοποιούν ποτέ.

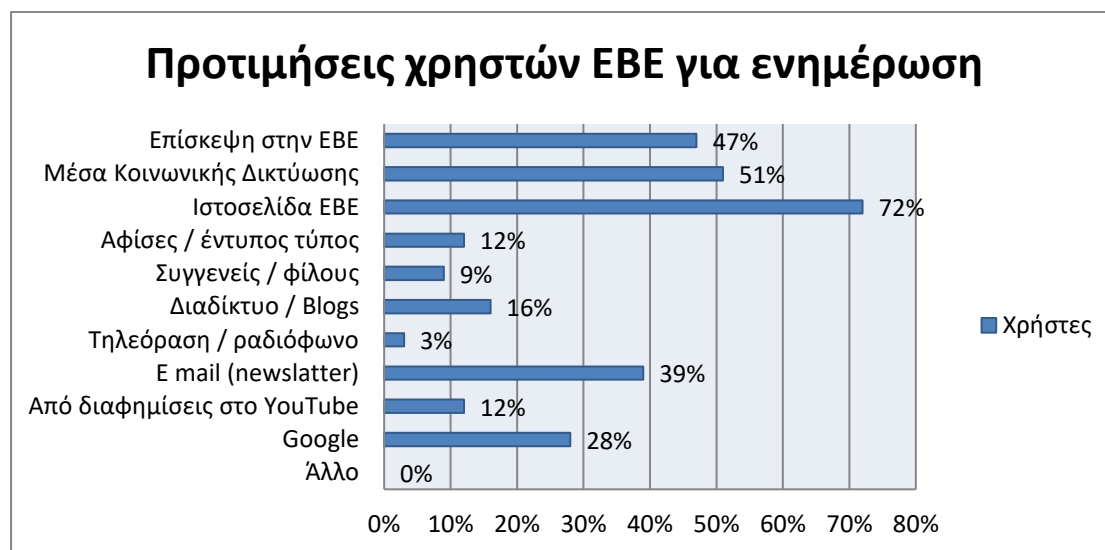
Σχήμα 4.2.6 Συχνότητα αναζήτησης ή μελέτης εφημερίδων και έντυπων περιοδικών στην Εθνική Βιβλιοθήκη



Στο παραπάνω σήμα διαπιστώνεται ότι η πλειοψηφία των χρηστών χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος συχνά ή ποτέ. Αναλυτικότερα, οι 37 χρήστες δεν τη χρησιμοποιούν ποτέ, ενώ οι 45 και οι 13 χρήστες σπάνια και ποτέ αντίστοιχα. Αξιοσημείωτο είναι ότι μόλις 6 χρήστες απάντησαν ότι χρησιμοποιούν την υπηρεσία πάντα κάνοντας εύκολα κατανοητό, το συμπέρασμα ότι χρήση της υπηρεσίας αφορά ένα πιο εξειδικευμένο κοινό για ερευνητικούς σκοπούς.

Ερευνητική ερώτηση 1^η: Πως προτιμούν οι ενδιαφερόμενοι χρήστες να ενημερώνονται για τις δράσεις της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας;

Η επόμενη ερώτηση (Α7.) αφορά το πώς προτιμούν οι χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης να ενημερώνονται για τις παρεχόμενες υπηρεσίες και δράσεις της Βιβλιοθήκης. Οι ερωτώμενοι χρήστες μπορούσαν να επιλέξουν περισσότερες από μια απάντηση από τις παρακάτω επιλογές όπως εμφανίζονται στο σχήμα 4.2.7.

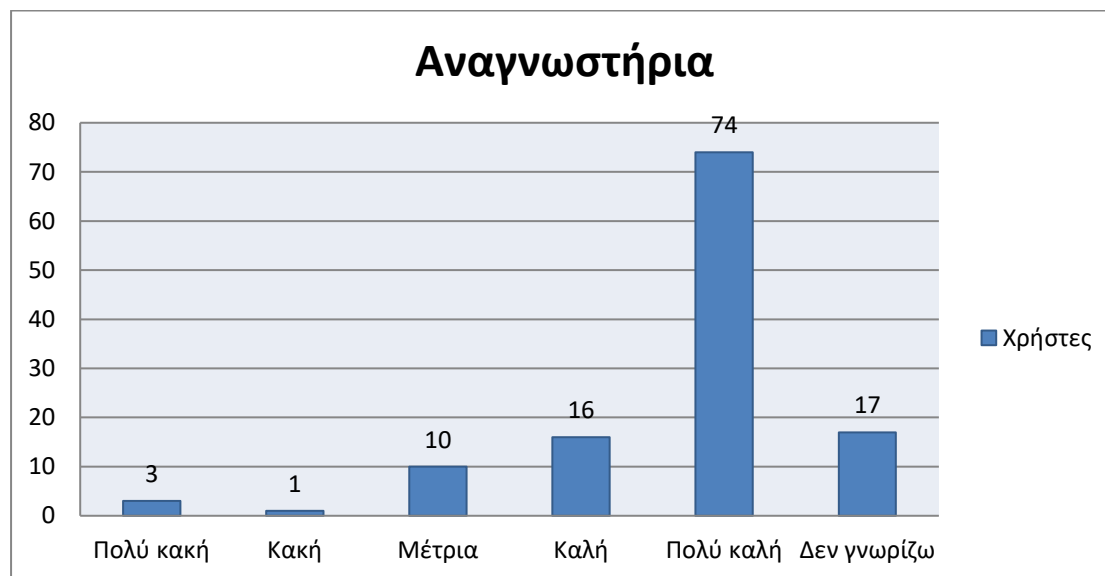


Σχήμα 4.2.7 Προτιμήσεις χρηστών για ενημέρωση από την Εθνική Βιβλιοθήκη

Από τα αποτελέσματα της έρευνας διακρίνεται ως κορυφαία επιλογή προτίμησης των χρηστών η ιστοσελίδα με 72% για ενημέρωση των δράσεων και υπηρεσιών της Εθνικής Βιβλιοθήκης. Ακολουθούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με 51% και το email με 39%. Στην τελευταία θέση βρίσκονται οι αφίσες / έντυπος τύπος και οι διαφημίσεις από το YouTube, ενώ την επιλογή άλλο δεν την επέλεξε κανένας ερωτώμενος.

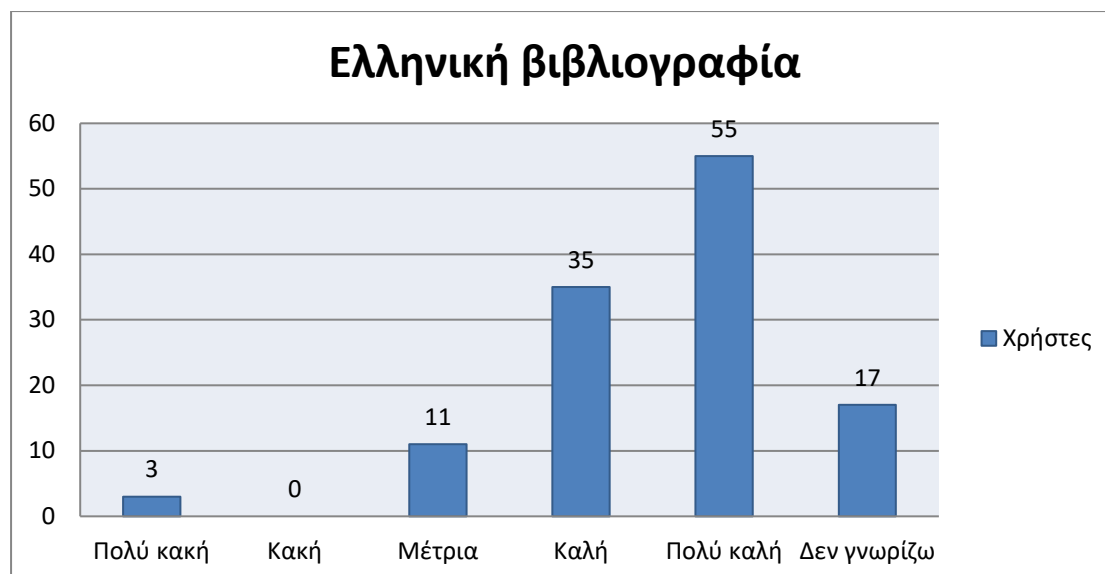
Ερευνητική ερώτηση 2^η: Σε ποιο βαθμό οι παρεχόμενες υπηρεσίες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος αξιοποιούνται από τους χρήστες της;

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα όπως προέκυψαν από την συλλογή των στοιχείων της έρευνας σχετικά με τις υπηρεσίες που παρέχει η Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος στους χρήστες της.



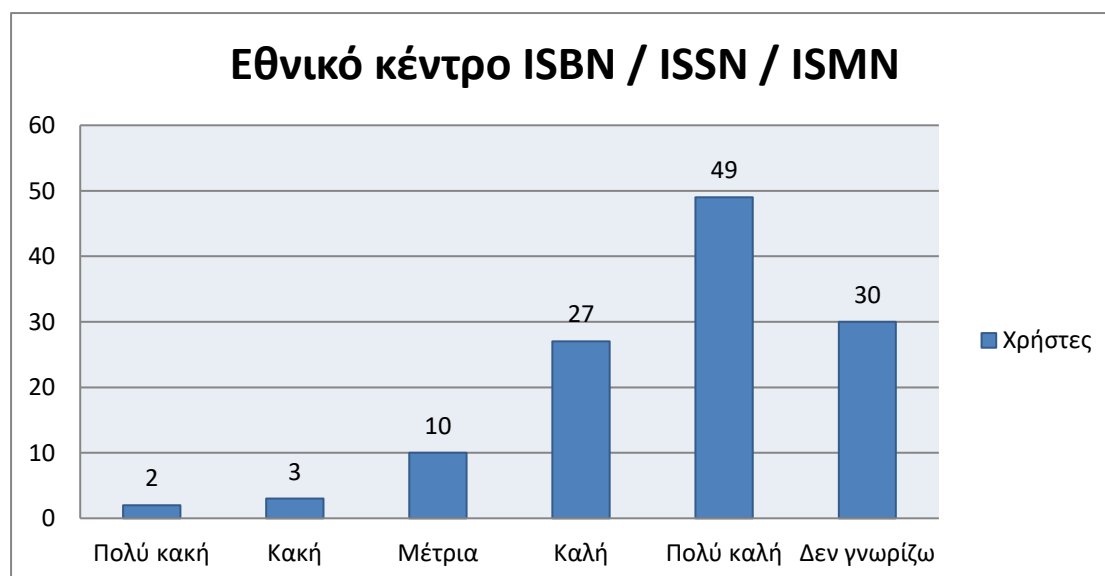
Σχήμα 4.2.8 Αξιολόγηση τμήματος Αναγνωστηρίου της Εθνικής Βιβλιοθήκης

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (ερωτ. Α8.) κρίνουν την υπηρεσία πολύ καλή, όπου 74 χρήστες την βαθμολόγησαν με 5, 17 χρήστες δεν την γνωρίζουν, ενώ 4 την χαρακτήρισαν από κακή έως πολύ κακή. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι στην Εθνική Βιβλιοθήκη υπάρχουν εκτός από το κεντρικό αναγνωστήριο που χρησιμοποιούν οι χρήστες, διαθέτει παράλληλα αναγνωστήριο χειρογράφων ύστερα από εκδήλωση ενδιαφέροντος των χρηστών



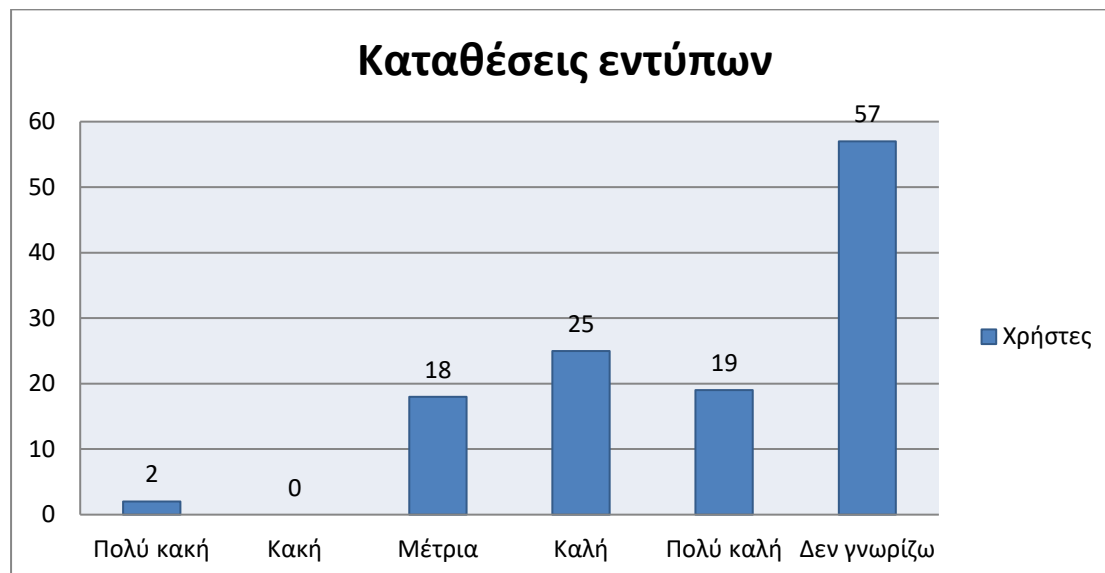
Σχήμα 4.2.9 Αξιολόγηση ελληνικής βιβλιογραφίας της Εθνικής Βιβλιοθήκης

Οι 101 από τους 121 ερωτώμενους δηλώνουν ότι η υπηρεσία Ελληνική Βιβλιογραφία είναι από μέτρια έως πολύ καλή βαθμολογώντας με 3, 4 και 5 αντίστοιχα, ενώ το 14% με 17 χρήστες δεν γνωρίζουν την υπηρεσία. Είναι αναγκαίο να τονιστεί ότι η υπηρεσία αυτή αποτελεί περιέχει μεγάλο κομμάτι της εκδοτικής παραγωγή της χώρας μας καθιστώντας την πολύ σημαντική για την ΕΒΕ.



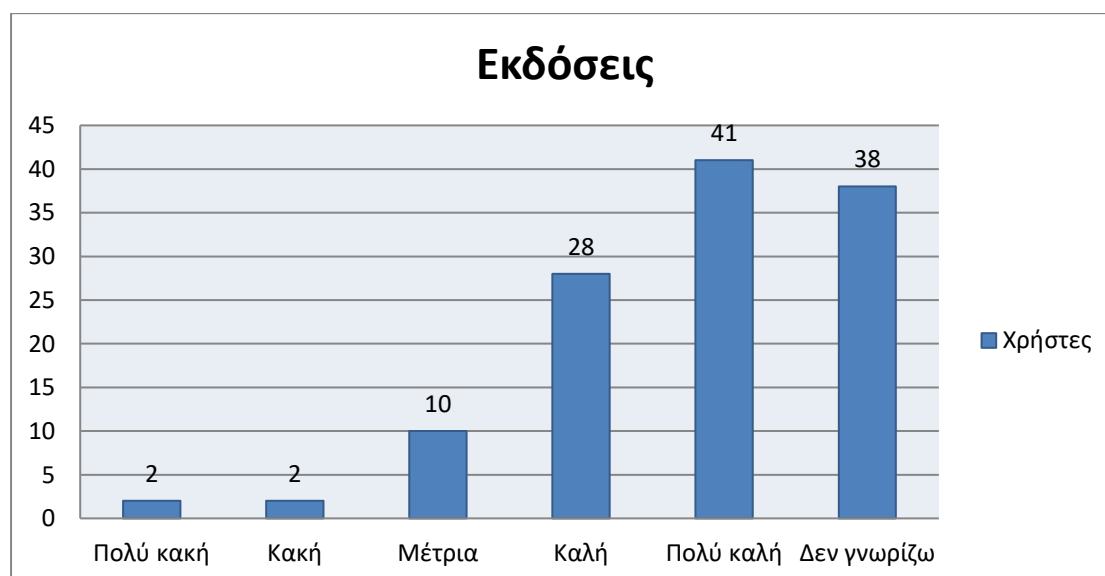
Σχήμα 4.2.10 Αξιολόγηση Εθνικού κέντρου ISBN / ISSN / ISMN της Εθνικής Βιβλιοθήκης

Στο συγκεκριμένο διάγραμμα το 62% του δείγματος με τους 72 χρήστες να θεωρούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία καλή έως πολύ καλή, ενώ το 24% με 30 χρήστες δεν γνωρίζει καν τη συγκεκριμένη υπηρεσία.



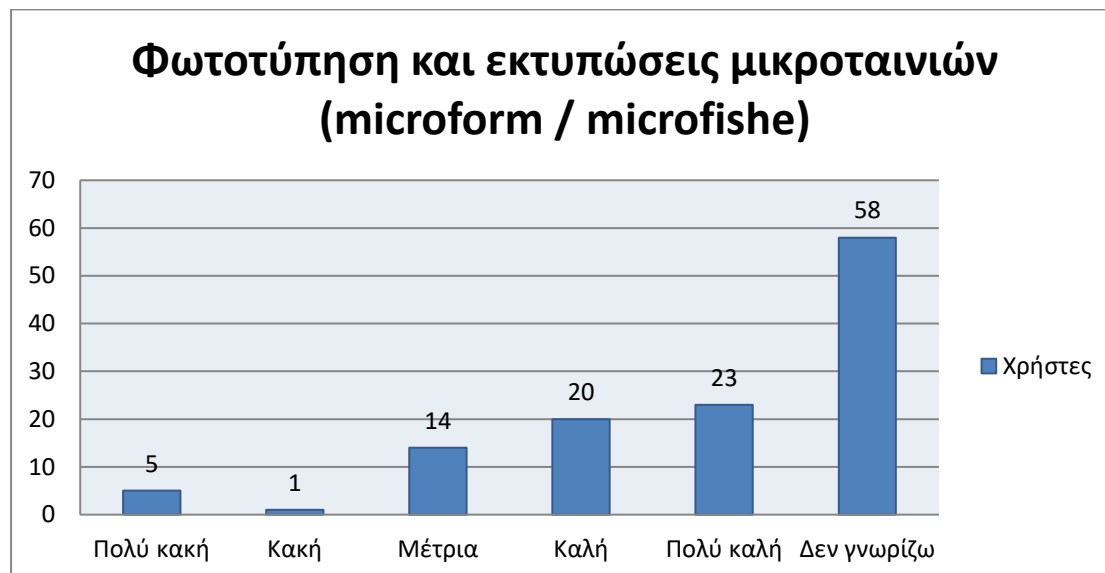
Σχήμα 4.2.11 Αξιολόγηση υπηρεσίας κατάθεσης εντύπων της Εθνικής Βιβλιοθήκης

Οι 57 από τους 121 που συμμετέχοντες στην έρευνα με ποσοστό 47% έδωσαν ως απάντηση ότι δεν γνωρίζουν καθόλου την υπηρεσία, ενώ οι 44 δηλώνουν ότι υπηρεσία αυτή κατά την γνώμη τους είναι από μέτρια έως πολύ καλή βαθμολογώντας από 4 οι 25 έως 5 οι 19 με ποσοστό 36%.



Σχήμα 4.2.12 Αξιολόγηση εκδόσεων της Εθνικής Βιβλιοθήκης

Στο παραπάνω διάγραμμα 41 χρήστες θεωρούν πολύ καλή την συγκεκριμένη υπηρεσία με το 57% να την θεωρούν καλή έως πολύ καλή. Επίσης, 38 ερωτηθέντες με ποσοστό 31% δεν την γνωρίζουν καθόλου.



Σχήμα 4.2.13 Αξιολόγηση υπηρεσίας φωτοτύπησης και εκτυπώσεων μικροταινιών (microform / microfishe) της Εθνικής Βιβλιοθήκης

Στο διάγραμμα αυτό γίνεται αντιληπτό ότι περίπου το 50% των ερωτηθέντων με 58 χρήστες δεν γνωρίζει την υπηρεσία αυτή, ενώ 43 χρήστες, δηλαδή το 35% του δείγματος την θεωρούν από καλή έως πολύ καλή. Μόλις 6 άτομα την θεωρούν κακή έως πολύ κακή.

Τέλος, η ερώτηση Α.9 ζητούσε στους χρήστες να κατατάξουν από το 1 έως το 5 ποια διάσταση ικανοποίησης υπηρεσίας θεωρούν πιο σημαντική και ποια λιγότερο αντίστοιχα. Από τα αποτελέσματα (Πίνακας 4.2.1) προκύπτει ότι οι χρήστες θεωρούν σημαντικότερη την διάσταση της Αξιοπιστίας (4,41) και λιγότερο σημαντική την διάσταση της Ενσυναίσθησης (3,63).

Descriptive Statistics				
	N	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Αιπή διάσταση - Υποδομές (Tangibility)	121	3,92	,095	1,046
Αξιοπιστία (Reliability)	121	4,41	,088	,972
Ανταπόκριση (Responsiveness)	121	4,12	,090	,985
Ασφάλεια - εγγύηση (Assurance)	121	4,07	,100	1,097
Ενσυναίσθηση (Empathy)	121	3,63	,104	1,141
Valid N (listwise)	121			

Πίνακας 4.2.1 Βαθμολογία 5 διαστάσεων ServQual από τους χρήστες της ΕΒΕ

4.2.1 Ανάλυση χασμάτων (Gap score) μέσω του μοντέλου Servqual

Σε αυτό το σημείο του ερωτηματολογίου οι χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης κλήθηκαν να απαντήσουν 33 ερωτήσεις δυο φορές, καθώς η πρώτη ομάδα ερωτήσεων αντιστοιχεί στην προσδοκία του χρήστη από μια βιβλιοθήκη και η άλλη στην αντίληψη για την ποιότητα των υπηρεσιών της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας. Σύμφωνα με το εργαλείο SERVQUAL, το οποίο χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα ισχύουν τα παρακάτω:

- i. Όσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό των προσδοκιών σε σχέση με την αξιολόγηση των υπηρεσιών, τότε οι υπηρεσίες δεν είναι ικανοποιητικές και χρειάζονται βελτιώσεις.
- ii. Αν οι προσδοκίες των χρηστών της βιβλιοθήκης ταυτίζονται ή είναι μικρότερες σε σχέση με το ποσοστό της αξιολόγησης, τότε οι υπηρεσίες που παρέχονται χαρακτηρίζονται εξαιρετικές και καλύπτουν τις ανάγκες των χρηστών.

Συνεπώς, από το εργαλείο αυτό προκύπτει η διαφορά (Gap Score) για κάθε διάσταση ανάμεσα στις αντιλήψεις των χρηστών που έχουν για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών της Εθνικής Βιβλιοθήκης και τις προσδοκίες των χρηστών για τις υπηρεσίες που παρέχονται από μια βιβλιοθήκη. Από την διαφορά αυτή, γίνεται κατανοητό, αν η υπηρεσίες είναι σε καλό επίπεδο ή στην αντίθετη περίπτωση χρειάζεται να ληφθούν μέτρα για την βελτίωση τους. Για τον υπολογισμό του χάσματος / διαφοράς (gaps) μεταξύ των αντιλήψεων και προσδοκιών που αφορούν τις

πέντε διαστάσεις ξεχωριστά χρησιμοποιήθηκε η παρακάτω διαδικασία σύμφωνα με την κωδικοποίηση των μεταβλητών της ενότητας:

Απτά χαρακτηριστικά – Υποδομές (Tangibles)

- $gap_tangibles1 = tangibles1_perception - tangibles1_expectation$
- $gap_tangibles2 = tangibles2_perception - tangibles2_expectation$
- $gap_tangibles3 = tangibles3_perception - tangibles3_expectation$
- $gap_tangibles4 = tangibles4_perception - tangibles4_expectation$
- $gap_tangibles5 = tangibles5_perception - tangibles5_expectation$
- $gap_tangibles6 = tangibles6_perception - tangibles6_expectation$
- $gap_tangibles7 = tangibles7_perception - tangibles7_expectation$
- $gap_tangibles8 = tangibles8_perception - tangibles8_expectation$
- $gap_tangibles9 = tangibles9_perception - tangibles9_expectation$
- $gap_tangibles10 = tangibles10_perception - tangibles10_expectation$
- $gap_tangibles11 = tangibles11_perception - tangibles11_expectation$
- $gap_tangibles12 = tangibles12_perception - tangibles12_expectation$
- $gap_tangibles13 = tangibles13_perception - tangibles13_expectation$
- $gap_tangibles14 = tangibles14_perception - tangibles14_expectation$
- $gap_tangibles15 = tangibles15_perception - tangibles15_expectation$
- $average_gap_tangibles = total_gap_tangibles/15$

2. Αξιοπιστία (Reliability)

- $gap_reliability1 = reliability1_perception - reliability1_expectation$
- $gap_reliability2 = reliability2_perception - reliability2_expectation$
- $gap_reliability3 = reliability3_perception - reliability3_expectation$
- $average_gap_reliability = total_gap_reliability/3$

3. Ανταπόκριση (Responsiveness)

- $gap_responsiveness1 = responsiveness1_perception - responsiveness1_expectation$
- $gap_responsiveness2 = responsiveness2_perception - responsiveness2_expectation$

- $gap_responsiveness3 = responsiveness3_perception - responsiveness3_expectation$
- $average_gap_responsiveness = total_gap_responsiveness/3$

4. Ασφάλεια (Assurance)

- $gap_assurance1 = assurance1_perception - assurance1_expectation$
- $gap_assurance2 = assurance2_perception - assurance2_expectation$
- $gap_assurance3 = assurance3_perception - assurance3_expectation$
- $gap_assurance4 = assurance4_perception - assurance4_expectation$
- $gap_assurance5 = assurance5_perception - assurance5_expectation$
- $gap_assurance6 = assurance6_perception - assurance6_expectation$
- $gap_assurance7 = assurance7_perception - assurance7_expectation$
- $gap_assurance8 = assurance8_perception - assurance8_expectation$
- $gap_assurance9 = assurance9_perception - assurance9_expectation$
- $average_gap_assurance = total_gap_assurance / 9$

5. Ενσυναίσθηση (Empathy)

- $gap_empathy1 = empathy1_perception - empathy1_expectation$
- $gap_empathy2 = empathy2_perception - empathy2_expectation$
- $gap_empathy3 = empathy3_perception - empathy3_expectation$
- $average_gap_empathy = total_gap_empathy / 3$

Ο συνολικός μέσος όρος χασμάτων ServQual (Total Average Gap Score) υπολογίστηκε ως εξής:

$$TAGS = (average_gap_tangibles + average_gap_reliability + average_gap_responsiveness + average_gap_assurance + average_gap_empathy) / 5$$

Ερευνητικό ερώτημα 3^ο: Ποιες είναι οι προσδοκίες που έχει το κοινό για μια ιδανική βιβλιοθήκη και ποιες είναι οι αντιλήψεις των χρηστών για τις παρεχόμενες υπηρεσίες της Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος;

Από τον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι μέσοι όροι των Αντιλαμβανόμενων Υπηρεσιών και Προσδοκώμενων Υπηρεσιών ανά κωδικοποιημένη μεταβλητή, καθώς και οι μέσοι όροι της διαφοράς (Gap score) τους.

ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ SERVQUAL	ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ	ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ (Μ.Ο.)	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ (Μ.Ο.)	GAP SCORE (Α-Π)
1. ΑΠΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ - ΥΠΟΔΟΜΕΣ (Tangibles)	tangibles1	5,45	5,74	-0,28
	tangibles2	5,79	5,60	0,19
	tangibles3	4,88	5,69	-0,81
	tangibles4	5,08	5,96	-0,88
	tangibles5	5,40	6,08	-0,68
	tangibles6	5,52	5,82	-0,30
	tangibles7	5,44	6,14	-0,70
	tangibles8	5,02	5,53	-0,51
	tangibles9	5,40	6,14	-0,74
	tangibles10	5,34	5,59	-0,25
	tangibles11	5,47	6,08	-0,61
	tangibles12	5,13	5,96	-0,83
	tangibles13	5,02	5,43	-0,41
	tangibles14	5,83	5,82	0,01
	tangibles15	5,75	6,43	-0,68
2. ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ (Reliability)	reliability1	5,85	6,15	-0,30
	reliability2	5,51	6,37	-0,86
	reliability3	5,46	6,39	-0,93
3. ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ (Responsiveness)	responsiveness1	5,36	5,94	-0,58
	responsiveness2	5,47	6,21	-0,74
	responsiveness3	5,47	6,73	-1,26
4. ΑΣΦΑΛΕΙΑ (Assurance)	assurance1	5,59	5,94	-0,35
	assurance2	5,63	6,13	-0,50
	assurance3	5,13	6,36	-1,23
	assurance4	5,62	5,91	-0,29
	assurance5	5,11	6,35	-1,24
	assurance6	5,37	6,18	-0,81
	assurance7	5,42	6,15	-0,73
	assurance8	4,93	5,59	-0,66
	assurance9	5,14	5,84	-0,70
5. ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗ (Empathy)	empathy1	5,08	5,56	-0,48
	empathy2	5,26	5,80	-0,54
	empathy3	5,88	6,36	-0,48

Πίνακας 4.2.1.1 Μέσες τιμές χασμάτων (Gap Score) αντιλήψεων – προσδοκιών των πέντε διαστάσεων ServQual

Από τα παραπάνω αποτελέσματα φαίνεται ότι οι διαφορές αντιλήψεων και προσδοκιών των κωδικοποιημένων μεταβλητών είναι σχεδόν σε όλες αρνητικές. Οι χρήστες έχουν θετική άποψη για τον ηλεκτρονικό κατάλογο (OPAC) της ΕΒΕ, το οποίο δείχνει τον αριθμό των αντιτύπων που διαθέτει η βιβλιοθήκη (tangibles2), καθώς η αντίληψη είναι μεγαλύτερη της προσδοκίας τους (gap: 0,19). Επίσης, θετικά εκφράζονται οι χρήστες (gap: 0,01) για τον χώρο της Εθνικής Βιβλιοθήκης, ότι δηλαδή είναι ελκυστικός (tangibles14). Αντίθετα το μεγαλύτερο πρόβλημα των χρηστών, όπως προκύπτει από τον Πίνακα, δηλαδή το μεγαλύτερο χάσμα παρατηρείται στη μεταβλητή assurance5 - το προσωπικό της ΕΒΕ διαθέτει τις γνώσεις ώστε να απαντά στα ερωτήματα των χρηστών (gap: 1,24), καθώς στη μεταβλητή assurance3 - το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να είναι ειδικό στον εντοπισμό των πληροφοριών που χρειάζονται οι χρήστες (gap: 1,23).

Όπως φαίνεται και στον παρακάτω Πίνακα 4.2.1.2, σε γενικές γραμμές οι προσδοκίες των χρηστών της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος ήταν υψηλότερες από το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών της. Τα αποτελέσματα των πέντε διαστάσεων ServQual δείχνουν ότι πρέπει να δοθεί προτεραιότητα σε δράσεις που αφορούν αυτές, επειδή η υπάρχει μεγάλη διαφορά χάσματος (total average gap score: 0,61) ανάμεσα στις αντιλήψεις (perceptions total average score: 5,39) και τις προσδοκίες (expectations total average score: 6,00) των χρηστών της ΕΒΕ. Αναλυτικότερα, θα πρέπει να πραγματοποιηθούν δράσεις κατά μέγιστη προτεραιότητα στις διαστάσεις Ανταπόκριση (gap: 0,86) και Ασφάλεια (gap: 0,72) ακολουθώντας η Αξιοπιστία (gap: 0,70), τα Απτά Χαρακτηριστικά – Υποδομές (gap: 0,50) και η Ενσυναίσθηση (gap: 0,50).

ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ SERVQUAL	ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ (Μ.Ο.)	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ (Μ.Ο.)	GAP SCORE (Α - Π)
ΑΠΤΑ ΧΑΡΑΚΤ. - ΥΠΟΔΟΜΕΣ	5,37	5,87	-0,50
ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ	5,61	6,30	-0,70

ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ	5,43	6,29	-0,86
ΑΣΦΑΛΕΙΑ	5,33	6,05	-0,72
ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗ	5,41	5,91	-0,50
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	5,39	6,00	-0,61

Πίνακας 4.2.1.2 Συνολικές μέσες τιμές χασμάτων (Gap Score) αντιλήψεων – προσδοκιών των πέντε διαστάσεων ServQual

Συνεπώς, μπορεί κάποιος να οδηγηθεί στο συμπέρασμα, ότι οι χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης ζητούν βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών, καθώς καμία διάσταση δεν τους ικανοποίησε..

Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται ο μέσος όρος των προσδοκιών σε σύγκριση με το μέσο όρο της αξιολόγησης της συγκεκριμένης υπηρεσίας ανά ερώτηση, καθώς επίσης και η διαφορά τους, έτσι ώστε να φαίνεται αν οι παρεχόμενες υπηρεσίες ανταποκρίνονται στις προσδοκίες και καλύπτουν τις ανάγκες του κοινού.

Αξιολόγηση	Μέσος Όρος	Προσδοκίες	Μέσος Όρος	Διαφορά
Γ1α.	5,45	Β1α.	5,74	-0,28
Γ1β.	5,79	Β1β.	5,60	0,18
Γ1γ.	5,85	Β1γ.	6,15	-0,30
Γ2α.	4,88	Β2α.	5,69	-0,81
Γ2β.	5,08	Β2β.	5,96	-0,88
Γ2γ.	5,40	Β2γ.	6,08	-0,68
Γ2δ.	5,52	Β2δ.	5,82	-0,30
Γ2ε.	5,44	Β2ε.	6,14	-0,70
Γ2στ.	5,02	Β2στ.	5,53	-0,50
Γ3α.	5,40	Β3α.	6,14	-0,74
Γ3β.	5,34	Β3β.	5,59	-0,25
Γ3γ.	5,47	Β3γ.	6,08	-0,61

Γ3δ.	5,13	B3δ.	5,96	-0,83
Γ3ε.	5,02	B3ε.	5,43	-0,41
Γ4α.	5,59	B4α.	5,94	-0,36
Γ4β.	5,36	B4β.	5,94	-0,59
Γ4γ.	5,63	B4γ.	6,13	-0,50
Γ4δ.	5,13	B4δ.	6,36	-1,23
Γ4ε.	5,62	B4ε.	5,91	-0,29
Γ4στ.	5,08	B4στ.	5,56	-0,48
Γ4ζ.	5,26	B4ζ.	5,80	-0,54
Γ4η.	5,11	B4η.	6,35	-1,24
Γ5α.	5,37	B5α.	6,18	-0,81
Γ5β.	5,42	B5β.	6,15	-0,73
Γ5γ.	4,93	B5γ.	5,59	-0,66
Γ5δ.	5,14	B5δ.	5,84	-0,70
Γ6α.	5,51	B6α.	6,37	-0,86
Γ6β.	5,46	B6β.	6,39	-0,93
Γ7.	5,47	B7.	6,21	-0,74
Γ8α.	5,83	B8α.	5,82	0,02
Γ8β.	5,75	B8β.	6,43	-0,68
Γ9.	5,88	B9.	6,36	-0,49
Γ10.	5,47	B10.	6,73	-1,26

Πίνακας 4.2.1.3 Μέση ανά ερώτηση διαφορά προσδοκιών και αντιλήψεων των χρηστών για τις παρεχόμενες υπηρεσίες μιας βιβλιοθήκης και της Εθνικής Βιβλιοθήκης

Αναλυτικότερα, οι χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδας εκφράστηκαν θετικά (gap: 0,18) σχετικά με από τον αριθμό των αντιτύπων που διαθέτει ο ηλεκτρονικός κατάλογος OPAC της Εθνικής Βιβλιοθήκης (ερωτ. Β/Γ1β.). Επίσης, θετική εντύπωση (gap: 0,02) έκανε στους ερωτώμενους ο ελκυστικός χώρος της ΕΒΕ (ερωτ. Β/Γ8α.), με την αξιολόγηση (5,83) να ξεπερνά την προσδοκία τους (5,82). Αντίθετα, την μεγαλύτερη αρνητική άποψη (gap: 1,26) συγκέντρωσε η ικανότητα της

ΕΒΕ να παρέχει υπηρεσίες στον χρόνο που υπόσχεται (ερωτ. Β/Γ10.) Ακολουθούν κατά φθίνουσα σειρά με (gar: 1,23) η άποψη των ερωτηθέντων για τις γνώσεις του προσωπικό της ΕΒΕ, ώστε να απαντάνε στα ερωτήματα των χρηστών (ερωτ. Β/Γ4η.). Τέλος, αρνητικά (gar:1,23) εκφράστηκαν οι χρήστες (ερωτ. Β.Γ4δ.) για το αν το προσωπικό της ΕΒΕ είναι ειδικό στον εντοπισμό των πληροφοριών που χρειάζονται (5,13) σε σχέση με την προσδοκία τους (6,36).

4.3 Έλεγχος και ανάλυση αξιοπιστίας (Cronbach's Alpha)

Για τον έλεγχο αξιοπιστίας των πέντε διαστάσεων ServQual, Απτά χαρακτηριστικά, Αξιοπιστία, Ανταπόκριση, Ασφάλεια και Ενσυναίσθηση κρίνεται απαραίτητη η μέτρηση του δείκτη εσωτερικής συνάφειας (internal consistency coefficient) Cronbach's α (alpha). Οι δείκτες αξιοπιστίας παρέχουν μία εκτίμηση του ποσοστού της κοινής διακύμανσης μεταξύ του παρατηρούμενου και του πραγματικού σκορ. Η εκτίμηση αυτή γίνεται με βάση τις συσχετίσεις μεταξύ των items της κλίμακας παίρνοντας τιμές από 0 έως 1. Δηλαδή ενδεικτικά, για τιμές $\alpha < 0.6$, η κλίμακα θεωρείται αναξιόπιστη, για $\alpha = 0.6$ η αξιοπιστία του δείγματος βρίσκεται στο ελάχιστο αποδεκτό όριο, για $\alpha = 0.7$ το δείγμα έχει επαρκή εγκυρότητα, για $\alpha = 0.8$ η αξιοπιστία είναι πολύ καλή και για $\alpha = 0.95$ τα items χαρακτηρίζονται από πολύ υψηλή αξιοπιστία (Berenson, Levine, & Szabat, 2018).

Ο έλεγχος αξιοπιστίας των πέντε διαστάσεων πραγματοποιήθηκε με την βοήθεια του στατιστικού εργαλείου SPSS, όπου τα αποτελέσματα εμφανίζονται για κάθε διάσταση ξεχωριστά στον παρακάτω πίνακα:

ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ SERVQUAL	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ CRONBACH'S ALPHA	
	ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
ΑΠΤΑ ΧΑΡΑΚΤ. - ΥΠΟΔΟΜΕΣ	0,976	0,956
ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ	0,929	0,857
ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ	0,682	
ΑΣΦΑΛΕΙΑ	0,978	0,961
ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗ	0,796	0,647

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΒΑΘΜΟΣ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ	0,986	0,976
---	--------------	--------------

Πίνακας 4.3.1 Εσωτερική αξιοπιστία (Cronbach's Alpha) 5 διαστάσεων ServQual συγκεντρωτικά

Από τον πίνακα φαίνεται ότι ο συνολικός βαθμός αξιοπιστίας για την Αντιλαμβανόμενη Υπηρεσία έχει συντελεστή alpha του Cronbach 0,986, με την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων να χαρακτηρίζεται από πολύ υψηλή αξιοπιστία. Αναλυτικότερα, τα Απτά Χαρακτηριστικά (0,976), η Ασφάλεια (0,978) και η Αξιοπιστία (0,929) ως διαστάσεις ικανοποίησης ServQual χαρακτηρίζονται από τα αποτελέσματα ως από υψηλή αξιοπιστία. Ενώ, η διάσταση της Ενσυναίσθησης (0,796) χαρακτηρίζεται από πολύ καλό βαθμό αξιοπιστίας.

Όσον αφορά τον συνολικό βαθμό αξιοπιστίας της Προσδοκώμενης Υπηρεσίας, από τον πίνακα διακρίνεται να εμφανίζει συντελεστή alpha του Cronbach 0,976 καθιστώντας την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων πολύ υψηλή, όπως και η Αντιλαμβανόμενη Υπηρεσία. Πιο συγκεκριμένα, παρατηρείται ότι τα Απτά Χαρακτηριστικά (0,956) και η Ασφάλεια (0,961) εμφανίζουν σχεδόν πολύ υψηλή αξιοπιστία. Οι διαστάσεις της Αξιοπιστίας (0,857) και της Ενσυναίσθησης (0,647) εμφανίζουν επαρκή εγκυρότητα.

Στην διάσταση της Ανταπόκρισης ελήφθησαν ενιαία ως μια διάσταση οι ερωτήσεις των προσδοκιών και αντιλήψεων για να λάβουμε μια επαρκή εγκυρότητα (0,682).

Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται επίσης, ο συντελεστής alpha του Cronbach στην περίπτωση που διαγραφεί από το ερωτηματολόγιο κάποια ερώτηση της έρευνας.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,986	33

Όταν οι τιμές του δείκτη αξιοπιστίας της διάστασης που ελέγχουμε είναι μικρότερες, τότε με την διαγραφή αυτών των ερωτήσεων θα μειωθεί η εσωτερική αξιοπιστία, ενώ για μεγαλύτερες τιμές ισχύει ακριβώς το αντίθετο. Επομένως, μεγαλύτερες τιμές υποδεικνύουν ότι η διαγραφή των ερωτήσεων θα έχει ως αποτέλεσμα υψηλότερη συνολική τιμή εσωτερικής αξιοπιστίας.

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tangibles1_perception	172,36	1645,133	,720	,986
tangibles2_perception	172,03	1628,799	,787	,986
tangibles3_perception	172,94	1632,455	,773	,986
tangibles4_perception	172,74	1623,779	,795	,986
tangibles5_perception	172,41	1617,628	,862	,986
tangibles6_perception	172,30	1608,694	,864	,986
tangibles7_perception	172,38	1618,554	,837	,986
tangibles8_perception	172,79	1621,265	,810	,986
tangibles9_perception	172,41	1602,178	,908	,986
tangibles10_perception	172,48	1611,102	,855	,986
tangibles11_perception	172,35	1603,829	,888	,986
tangibles12_perception	172,69	1606,434	,840	,986
tangibles13_perception	172,80	1610,244	,863	,986
tangibles14_perception	171,98	1615,016	,822	,986
tangibles15_perception	172,07	1614,696	,822	,986
responsiveness1_perception	172,46	1618,901	,894	,986
responsiveness2_perception	172,35	1670,195	,589	,987
responsiveness3_perception	172,35	1678,262	,480	,987
reliability1_perception	171,97	1627,566	,822	,986
reliability2_perception	172,31	1624,914	,873	,986
reliability3_perception	172,36	1622,214	,854	,986
assurance1_perception	172,23	1624,946	,895	,986
assurance2_perception	172,19	1614,039	,887	,986
assurance3_perception	172,69	1625,451	,854	,986
assurance4_perception	172,20	1614,310	,881	,986
assurance5_perception	172,71	1625,424	,811	,986
assurance6_perception	172,45	1611,116	,908	,986
assurance7_perception	172,40	1610,575	,907	,986
assurance8_perception	172,89	1617,797	,858	,986
assurance9_perception	172,68	1620,237	,867	,986
empathy1_perception	172,74	1623,429	,825	,986
empathy2_perception	172,55	1618,866	,851	,986
empathy3_perception	171,94	1662,888	,550	,987

Πίνακας 4.5.2 Εσωτερική αξιοπιστία (Cronbach's Alpha) 5 διαστάσεων ServQual με την μέθοδο CRONBACH'S ALPHA if item deleted των «Αντιλήψεων»

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,976	33

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tangibles1_expectation	192,23	1005,879	,669	,976
tangibles2_expectation	192,36	1011,750	,567	,976
tangibles3_expectation	192,28	1004,854	,770	,975
tangibles4_expectation	192,01	1000,658	,817	,975
tangibles5_expectation	191,88	998,887	,814	,975
tangibles6_expectation	192,15	1003,528	,779	,975
tangibles7_expectation	191,83	1003,428	,831	,975
tangibles8_expectation	192,44	1008,932	,677	,976
tangibles9_expectation	191,83	987,011	,901	,974
tangibles10_expectation	192,38	998,421	,737	,975
tangibles11_expectation	191,88	993,953	,850	,975
tangibles12_expectation	192,01	998,725	,753	,975
tangibles13_expectation	192,54	1014,317	,653	,976
tangibles14_expectation	192,15	1011,828	,669	,976
tangibles15_expectation	191,54	1006,034	,745	,975
responsiveness1_expectation	192,02	1000,408	,861	,975
responsiveness2_expectation	191,76	1054,834	,198	,977
responsiveness3_expectation	191,24	1056,150	,378	,977
reliability1_expectation	191,82	1006,067	,651	,976
reliability2_expectation	191,60	1001,776	,835	,975
reliability3_expectation	191,58	1000,796	,828	,975
assurance1_expectation	192,02	1004,241	,811	,975
assurance2_expectation	191,83	998,172	,859	,975
assurance3_expectation	191,60	990,075	,920	,974
assurance4_expectation	192,06	1001,038	,845	,975
assurance5_expectation	191,62	989,171	,915	,974
assurance6_expectation	191,79	999,803	,834	,975
assurance7_expectation	191,82	1001,050	,861	,975
assurance8_expectation	192,38	1007,771	,590	,976
assurance9_expectation	192,12	1005,160	,740	,975
empathy1_expectation	192,40	1004,176	,756	,975
empathy2_expectation	192,17	998,522	,792	,975
empathy3_expectation	191,60	1056,791	,207	,977

Πίνακας 4.5.3 Εσωτερική αξιοπιστία (Cronbach's Alpha) 5 διαστάσεων ServQual με την μέθοδο CRONBACH'S ALPHA if item deleted για τις «Προσδοκίες»

Τα αποτελέσματα του δεύτερου πίνακα δείχνουν πως οι μεταβλητές responsiveness2_expectation, responsiveness3_expectation και empathy3_expectation

θα μπορούσαν να διαγραφούν για να βελτιώσουν το δείκτη αξιοπιστίας Cronbach's Alpha. Πράγματι στην παραγοντική ανάλυση οι συγκεκριμένες μεταβλητές όπου δεν είχαν συσχέτιση $r > 0,20$ αφαιρέθηκαν από τη συνέχεια της διαδικασίας της παραγοντικής ανάλυσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

5.1 Τελικά συμπεράσματα

Στη συγκεκριμένη μελέτη, όπως γίνεται φανερό από την παρουσίαση των αποτελεσμάτων, η Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος δεν ξεπέρασε τις προσδοκίες των χρηστών. Το ίδιο αποτέλεσμα είχε και η έρευνα μέτρησης ποιότητας Servqual σε εθνική κλίμακα, η οποία παρουσιάστηκε στο 22^ο Πανελλήνιο συνέδριο ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, οι περισσότεροι χρήστες βιβλιοθήκης ήταν προπτυχιακοί φοιτητές. Το Αναγνωστήριο θεωρήθηκε ως η καλύτερη υπηρεσία με το μεγαλύτερο χάσμα προσδοκιών και αντιλήψεων να αποτελούν οι γνώσεις που διαθέτουν το προσωπικό. Οι χρήστες ήταν δυσαρεστημένοι από τις συλλογές και τις εγκαταστάσεις που διαθέτουν οι βιβλιοθήκες στην Ελλάδα. Θεωρούν την βιβλιοθήκη ως χώρος μελέτης και όχι τόσο ως κέντρο πληροφόρησης. Επίσης, υποστηρίζουν την άποψη ότι μια βιβλιοθήκη είναι ποιοτικότερη, όταν έχει ωραίο περιβάλλον παρά όταν διαθέτει πλούσια συλλογή. Τέλος, οι χρήστες έδειξαν την μεγαλύτερη προτίμηση στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες παρά στις παραδοσιακές.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της μεταπτυχιακής ερευνητικής εργασίας, όπως αναλύθηκαν από το τέταρτο κεφάλαιο, οι χρήστες που μετείχαν στην έρευνα ήταν κατά πλειοψηφία 25- 34 ετών, κάτοχοι προπτυχιακού ή μεταπτυχιακού τίτλου, με τους περισσότερους να εργάζονται στον ιδιωτικό τομέα. Η συνηθέστερη συχνότητα επίσκεψης στην βιβλιοθήκη ήταν μια φορά το εξάμηνο, κατατάσσοντας ως την καλύτερη υπηρεσία το Αναγνωστήριο για προσωπική μελέτη χρησιμοποιώντας του ηλεκτρονικούς υπολογιστές της ΕΒΕ. Αξίζει να αναφερθεί ότι σχετικά με τον ηλεκτρονικό κατάλογο OPAC που διαθέτει η βιβλιοθήκη, όπου δείχνει τον αριθμό των εντύπων που διαθέτει, οι προσδοκίες βρίσκονται σε αρκετά κοντινό σημείο με τις αντιλήψεις του κοινού για τις υπηρεσίες που παρέχει η Βιβλιοθήκη.

Παράλληλα από τα αποτελέσματα φαίνεται ότι ο χώρος της Εθνικής Βιβλιοθήκης, καθώς και η συμπεριφορά του προσωπικού ανταποκρίνεται σε γενικές γραμμές στις προσδοκίες του κοινού. Γίνεται έτσι αντιληπτό, ότι χώρος είναι ελκυστικός, ενώ

ταυτόχρονα διευκολύνει τη συγκέντρωση για μελέτη και έρευνα. Οι χρήστες που μετείχαν στην έρευνα αναγνώρισαν την ευγένεια και την εξυπηρετικότητα του προσωπικού, όπως επίσης την προσπάθεια να δείχνει ενδιαφέρον σε κάθε χρήστη ξεχωριστά για την επίλυση των προβλημάτων του σχετικά με τις πληροφορίες που χρειάζεται. Αξίζει όμως να σημειωθεί, ότι οι χρήστες επιθυμούν από το προσωπικό της Βιβλιοθήκης να διαθέτει περισσότερες γνώσεις, ώστε να απαντά στα ερωτήματά τους και συγχρόνως να τους βοηθούν στον εντοπισμό των πληροφοριών που χρειάζονται.

Σε ό,τι αφορά τις υπόλοιπες υπηρεσίες που παρέχει η ΕΒΕ, η απόκλιση που υπάρχει ανάμεσα στις προσδοκίες και την αξιολόγηση του κοινού, δηλαδή στο πως θέλουν και πως παρέχονται με σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών τους, είναι μεγαλύτερη με ανομοιομορφίες φυσικά. Μια απόκλιση με τις προσδοκίες να ξεπερνούν τις αντιλήψεις για την παρεχόμενη υπηρεσία εντοπίζεται στο χρόνο που υπόσχεται η βιβλιοθήκη να παρέχει τις υπηρεσίες. Από την έρευνα προκύπτει ότι σημαντική διαφορά σημειώνεται στην υπηρεσία συλλογής της ΕΒΕ γεγονός που δημιουργεί την ανάγκη περαιτέρω έρευνας, έτσι ώστε να υπάρξουν και οι ανάλογες βελτιώσεις που να ικανοποιούν τις ανάγκες του κοινού.

Από την μέτρηση ποιότητας των πέντε διαστάσεων ικανοποίησης ServQual, καμία διάσταση δεν ικανοποίησε τους χρήστες. Την μεγαλύτερη διαφορά αντίληψης και προσδοκίας συγκέντρωσε η Ανταπόκριση και η Ασφάλεια. Συνεπώς, μπορεί κάποιος να οδηγηθεί στο συμπέρασμα, ότι οι χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης ζητούν βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών.

Από όλα τα παραπάνω προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι υπηρεσίες που αποδίδονται από την Εθνική Βιβλιοθήκη στους χρήστες της δεν ξεπερνούν τις προσδοκίες τους. Επομένως δημιουργείται η ανάγκη λήψης μέτρων και βελτιώσεων στις υπάρχουσες υπηρεσίες, αλλού περισσότερο, όπως είναι η συλλογή της ΕΒΕ και αλλού λιγότερο στοχεύοντας στην αναβάθμιση των υπηρεσιών. Από τα αποτελέσματα της έρευνας και με γνώμονα όλων των παραπάνω, η συντριπτική πλειοψηφία των χρηστών εκφράζει ανάγκη για αναβάθμιση των υπηρεσιών, όπως επίσης έχει αρκετές απαιτήσεις από τις νέες υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις, τον νέο εξοπλισμό και εκφράζει την ανάγκη εμπλουτισμού της συλλογής που διαθέτει η βιβλιοθήκη.

Τέλος, ένα μέσο προώθηση της Εθνικής Βιβλιοθήκης αποτελούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπου παράλληλα από το μέσο αυτό καθίσταται δυνατή η μετάδοση της κουλτούρας και των αξιών της Βιβλιοθήκης. Από την έρευνα φαίνεται ότι το email είναι η καλύτερη ηλεκτρονική επικοινωνία και το Facebook η καλύτερη διαφήμιση κοινωνικού δικτύου.

5.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Με βάση τα παραπάνω συμπεράσματα, η παρούσα εργασία με θέμα την αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος είναι βασικό να αποτελέσει την αφορμή για περαιτέρω έρευνα. Έτσι δημιουργείται η ανάγκη για εις βάθος διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν τους χρήστες που αξιολόγησαν την Εθνική Βιβλιοθήκη. Δηλαδή, με βάση ποιες εμπειρίες ο χρήστης αξιολογεί τις υπηρεσίες που του παρέχονται από την βιβλιοθήκη, πώς θα ήθελε να παρέχονται και αν έχει συναντήσει αντίστοιχη εμπειρία, ανάλογα την ομάδα που ανήκει. Πιο συγκεκριμένα, αν ο χρήστης είναι ερευνητής θα μπορούσε για παράδειγμα να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία φωτοτύπισης και εκτύπωσης μικροταινιών. Στο στάδιο αυτό μπορεί να εξεταστεί αν η υπηρεσία αυτή χρήζει βελτίωσης για την κάλυψη των ιδιαίτερων αναγκών των ερευνητών.

Για την πραγματοποίηση ουσιαστικών βημάτων, ώστε να κατανεμηθούν οι πόροι με σκοπό την πραγματική βελτίωση των υπηρεσιών χρειάζεται η κατανόηση εις βάθος των αντιλήψεων και των προσδοκιών που έχουν οι χρήστες. Αναλυτικότερα, η Εθνική Βιβλιοθήκη μπορεί να αντιμετωπίσει τους χρήστες της ως βασικούς συνομιλητές και όχι ως απλούς αποδέκτες των υπηρεσιών της. Ενδεικτικές ενέργειες που θα μπορούσε να προβεί η Εθνική Βιβλιοθήκη, ώστε να οδηγηθεί στην παραπάνω κατεύθυνση είναι προσωπική επαφή του προσωπικού της με το κοινό της Βιβλιοθήκης έχοντας υπόψη τη γνώμη τους. Επιπροσθέτως, μπορούν να γίνουν ομαδικές συζητήσεις στην ιστοσελίδα της Βιβλιοθήκης με θέμα τις υπηρεσίες της αλλά και ερωτηματολόγια ανά τακτά χρονικά διαστήματα με σκοπό να διατυπώνονται οι απόψεις των χρηστών σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή. Για την ορθή συλλογή και επεξεργασία των αποτελεσμάτων απαιτείται η σύσταση ειδικής ομάδας, όπου θα μελετάει και θα διαχειρίζεται τις γνώμες αυτές. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την εξοικονόμηση των απαιτούμενων πόρων και μέτρων για την συνεχή βελτίωση των υπηρεσιών.

Σε γενικές γραμμές αξίζει να αναφερθεί ότι το προσωπικό της Εθνικής Βιβλιοθήκης ανταποκρίνεται γενικά στις προσδοκίες του κοινού, όμως χωρίς αμφιβολία που μπορεί το προσωπικό να βελτιώσει σε μεγαλύτερο βαθμό τις υπηρεσίες που παρέχει. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσα από επιμορφωτικά σεμινάρια.

Ένα σημαντικό εργαλείο παροχής υπηρεσιών και ενημέρωσης της Εθνικής Βιβλιοθήκης για τους χρήστες της θα αποτελούσε η δημιουργία μιας ψηφιακής εφαρμογής (digital application) για κινητά και tablet. Η εφαρμογή θα περιέχει όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται ένας χρήστης βιβλιοθήκης, τις δραστηριότητες και τις διαθέσιμες σε εκείνον υπηρεσίες που παρέχει η Εθνική Βιβλιοθήκη. Η εφαρμογή αυτή θα αποτελέσει μέσω προσέλκυσης κοινού στον χώρο της Βιβλιοθήκη και παράλληλα θα αυξήσει την ικανοποίησή τους.

Τέλος, σημαντική θα ήταν η επικοινωνία μεταξύ της Εθνικής Βιβλιοθήκης με άλλες βιβλιοθήκες εντός αλλά και εκτός της χώρας με στόχο την γνωστοποίηση πληροφοριών που έχουν για τις ανάγκες των χρηστών, σύμφωνα πάντα με τις εμπειρίες τους. Αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσα από ημερίδες έχοντας ως αποτέλεσμα την βελτίωση και αναβάθμιση των υπηρεσιών που παρέχουν και εν συνεχεία την ικανοποίηση των πληροφοριακών αναγκών του κοινού.

5.3 Περιορισμοί της έρευνας

Παρακάτω συνοψίζονται ορισμένοι περιορισμοί της έρευνας ως εξής:

- Η έρευνα περιορίστηκε σε άτομα που είναι χρήστες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος.
- Το δείγμα αποτελούνταν κυρίως από κατοίκους του νομού Αττικής και συγκεκριμένα των πόλεων Αθήνα και Πειραιά.
- Ορισμένα άτομα αναμένεται να μην γνωρίζουν την χρήση του διαδικτύου, με αποτέλεσμα να δυσκολευτούν να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο στο Google Forms που στάλθηκε μέσω ηλεκτρονικού μηνύματος .
- Υπάρχει δυσκολία στην γενίκευση των αποτελεσμάτων καθότι η δειγματοληπτική μέθοδος που επιλέχθηκε επιβάλλει περιορισμό εξωτερικής εγκυρότητας

Βιβλιογραφικές πηγές

- Anwar, G., & Abdullah, N. N. (2021). Inspiring future entrepreneurs: The effect of experiential learning on the entrepreneurial intention at higher education. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 6.
- ABDULLAH, N. N., & AFSHAR, P. A. (2019). INVESTIGATING RESEARCH AND DEVELOPMENT COSTS ON THE PROFITABILITY OF INDUSTRIES. *Journal of Organizational Behavior Research*, 4(2-2019), 1-14.
- Afridi, S. A., Khattak, A., & Khan, A. (2016). Measurement of service quality gap in the selected private universities/institutes of Peshawar using SERVQUAL model. *City University Research Journal*, 6(1), 17-32.
- Agus, A., & Selvaraj, R. (2020). The effects of people-and technical-oriented TQM on productivity: the mediating role of production performance. *International Journal of Business and Society*, 21(1), 234-252.
- Alam, M. J., & Mezbah-ul-Islam, M. (2021). Service quality assessment model for academic libraries. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 70(4/5), 325-338.
- Ali, B. J., Saleh, P. F., Akoi, S., Abdulrahman, A. A., Muhamed, A. S., Noori, H. N., & Anwar, G. (2021, May). Impact of service quality on the customer satisfaction: Case study at online meeting platforms. In Ali, BJ, Saleh, Akoi, S., Abdulrahman, AA, Muhamed, AS, Noori, HN, Anwar, G.(2021). *Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. International journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), 65-77.
- Androniceanu, A. (2017). The three-dimensional approach of Total Quality Management, an essential strategic option for business excellence. *Amfiteatru Economic*, 19(44), 61-78.
- Anwar, G., & Surarchith, N. K. (2015). Factors Affecting Shoppers' Behavior in Erbil, Kurdistan-Iraq. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 1(4), 10.1
- Anwar, G., & Abd Zebari, B. (2015). The Relationship between Employee Engagement and Corporate Social Responsibility: A Case Study of Car Dealership in Erbil, Kurdistan. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 2(2), 45.
- Anwar, K. (2017). ANALYZING THE CONCEPTUAL MODEL OF SERVICE QUALITY AND ITS RELATIONSHIP WITH GUESTS' SATISFACTION: A STUDY OF HOTELS IN ERBIL. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 25(2), 1-16.
- Asubonteng, P., McCleary, K. J., & Swan, J. E. (1996). SERVQUAL revisited: a critical review of service quality. *Journal of Services marketing*, 10(6), 62-81.
- Berenson, L., Levine, M., & Szabat, A. (2018). *Βασικές Αρχές Στατιστικής για Επιχειρήσεις - Έννοιες και Εφαρμογές*. Broken Hill Publishers Ltd.
- Bezerra, G. C., & Gomes, C. F. (2015). The effects of service quality dimensions and passenger characteristics on passenger's overall satisfaction with an airport. *Journal of Air Transport Management*, 44, 77-81.

- Brady, M. K., & Cronin Jr, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of marketing*, 65(3), 34-49.
- Coulthard, L. J. M. (2004). A review and critique of research using SERVQUAL. *International Journal of Market Research*, 46(4), 479-497.
- Cristobal, A. S. (2018). Expectations on library services, library quality (LibQual) dimension and library customer satisfaction: relationship to customer loyalty. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 1706, 1-24.
- Dahlgaard-Park, S. M., Reyes, L., & Chen, C. K. (2018). The evolution and convergence of total quality management and management theories. *Total Quality Management & Business Excellence*, 29(9-10), 1108-1128.
- Dereli, T., Durmuşoğlu, A., Delibaş, D., & Avlanmaz, N. (2011). An analysis of the papers published in total quality management & business excellence from 1995 through 2008. *Total Quality Management*, 22(3), 373-386.
- Edvardsson, B. (2005). Service quality: beyond cognitive assessment. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(2), 127-131.
- Gao, J. (2015). Performance measurement and management in the public sector: Some lessons from research evidence. *Public Administration and Development*, 35(2), 86-96.
- Garvin, D. A. (1988). *Managing quality: The strategic and competitive edge*. Simon and Schuster.
- Ginting, Y., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329-340.
- Grönroos, C. (2001). The perceived service quality concept—a mistake?. *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(3), 150-152.
- Gummesson, E. (1993). *Quality management in service organizations: an interpretation of the service quality phenomenon and a synthesis of international research*. Isqa.
- HeryWihardikaGriadhi, M. (2018). An evaluation on library services using servqual method. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 42, p. 00071). EDP Sciences.
- Jaber Hossain, M., & Islam, A. (2012). Understanding perceived service quality and satisfaction: A study of Dhaka University Library, Bangladesh. *Performance Measurement and Metrics*, 13(3), 169-182.
- Rahimi Kalour, H., & Kazemzadeh, R. (2020). Total Quality Management and Business Excellence in Croatia. *International Journal of Resistive Economics*, 8(2), 35-49.
- Kumar, A., & Mahajan, P. (2019). Library performance assessment of service quality through LibQUAL: The case of Maharshi Dayanand University (MDU), Rohtak (India). *Library Philosophy and Practice*, 1-17.
- Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International journal of quality and service sciences*, 1(2), 172-198.

- Mahmood, K., Ahmad, S., Ur Rehman, S., & Ashiq, M. (2021). Evaluating library service quality of college libraries: The perspective of a developing country. *Sustainability*, 13(5), 2989.
- Gerhard, M., CHRISTO, B. O. S. H. O. F. F., & Deon, N. (1997). The dimensions of service quality: the original European perspective revisited. *Service Industries Journal*, 17(1), 173-189.
- Nitecki, D. A., & Herson, P. (2000). Measuring service quality at Yale University's libraries. *The Journal of Academic Librarianship*, 26(4), 259-273.
- Palumbo, R. (2023). The quest for attractiveness of publicly owned libraries: a service quality perspective. *The TQM Journal*, 35(3), 654-672.
- Pambreni, Y., Khatibi, A., Azam, S., & Tham, J. J. M. S. L. (2019). The influence of total quality management toward organization performance. *Management Science Letters*, 9(9), 1397-1406..
- Panday, R. (2018). Service Quality Of Library Toward An International College Quality.
- Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Parsaeian, M., Riahi Nia, N., Akhshik, S. S., & Hasanzadeh, M. (2019). The study of proportionality of EFQM Business Excellence Model with Iranian Academic Libraries. *Journal of Studies in Library and Information Science*, 11(3), 1-22.
- Pedramnia, S., Modiramani, P., & Ghavami Ghanbarabadi, V. (2012). An analysis of service quality in academic libraries using LibQUAL scale: Application oriented approach, a case study in Mashhad University of Medical Sciences (MUMS) libraries. *Library Management*, 33(3), 159-167.
- Pettegree, A., & Der Weduwen, A. (2021). *The library: a fragile history*. Basic Books.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. Pearson education.
- Trivedi, D., & Bhatt, A. (2020). Quest for quality: Assessment of service quality of special academic institution library: case study. *Performance Measurement and Metrics*, 21(1), 1-17.
- Wang, H. (2006). From "user" to "customer": TQM in academic libraries?. *Library management*, 27(9), 606-620.
- Wojciechowska, M. D. (2021). The role of public libraries in the development of social capital in local communities—a theoretical study. *Library management*, 42(3), 184-196.
- Zapletalová, Š. (2023). The business excellence models and business strategy. *Total Quality Management & Business Excellence*, 34(1-2), 131-147.
- Zhang, C., Moreira, M. R., & Sousa, P. S. (2021). A bibliometric view on the use of total quality management in services. *Total Quality Management & Business Excellence*, 32(13-14), 1466-1493.

Κυριαζόπουλος, Π., & Σαμαντά, Ε. (2011). Μεθοδολογία έρευνας εκπόνησης διπλωματικών εργασιών. *Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική*. Σιώμκος Γ. (2018). *Στρατηγικό Μάρκετινγκ*. (5η εκδ.). Broken Hill Publishers Ltd.

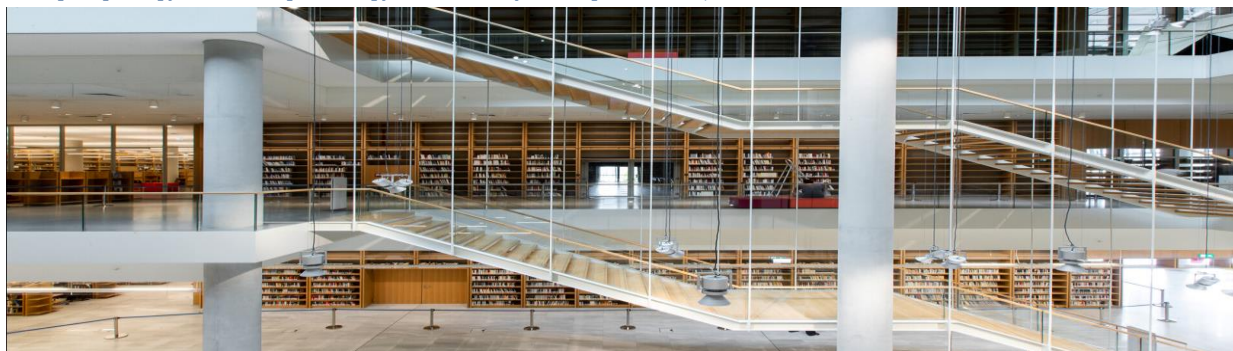
Τζορμπατζάκη , Α. (2022). Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης, ανώτατη εκπαίδευση και βιβλιοθήκες: η μελέτη περίπτωσης του Πανεπιστημίου Μακεδονίας..

Χαλικιάς, Μ., Λάλου, Π., & Μανωλέσου, Α. (2016). Μεθοδολογία έρευνας και εισαγωγή στη Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το IBM SPSS STATISTICS..

Χαλικιάς, Μ. (2022). Ποσοτική Ανάλυση και Στοιχεία Θεωρίας Αποφάσεων στη Διοίκηση και Οικονομία με Χρήση Λογισμικών EXCEL, ISALOS και SPSS.

Χυτήρης, Λ., & Άννινος, Λ. (2015). Διοίκηση και ποιότητα υπηρεσιών. *Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών*, 153-161.

Παράρτημα Α: Ερωτηματολόγιο έρευνας



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί αποτελεί μέρος της διπλωματικής εργασίας του μεταπτυχιακού φοιτητή Νίνα Σωτήριου, με θέμα «Η επίδραση των Επικοινωνιών Μάρκετινγκ στην Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος». Η εργασία εκπονείται στα πλαίσια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Επιχειρήσεων MBA» του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων, της Σχολής Διοικητικών Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, με επιβλέπουσα την κυρία Αθανασπούλου Πηνελόπη, επίκουρη καθηγήτρια.

Σκοπός του ερωτηματολογίου είναι η άντληση πληροφοριών, η εξαγωγή συμπερασμάτων και η ευρύτερη κατανόηση των απόψεων των χρηστών σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται από την Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος (ΕΒΕ).

* Απαιτείται

A. Γενικές Ερωτήσεις

1. A.1 Φύλο *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Άντρας
 Γυναίκα

2. A.2 Ηλικία *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 18-24 ετών
 25-34 ετών
 35-44 ετών
 45-54 ετών
 55-64 ετών
 65 ετών και άνω

3. A.3 Εκπαίδευση *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Υποχρεωτική Εκπαίδευση (Δημοτικό / Γυμνάσιο)
- Λύκειο
- Μεταλυκειακή εκπαίδευση (ΙΕΚ / Κολλέγιο)
- Τριτοβάθμια εκπαίδευση
- Μεταπτυχιακό δίπλωμα
- Διδακτορικό δίπλωμα

4. A.4 Κατάσταση Απασχόλησης *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Μισθωτός (Ιδιωτικός Υπάλληλος)
- Μισθωτός (Δημόσιος Υπάλληλος)
- Αυτοαπασχολούμενος
- Άνεργος
- Μαθητής / Φοιτητής
- Άλλο (π.χ. συνταξιούχος, σε υποχρεωτική στράτευση κτλ.)

5. A.5 Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Εθνική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος (ΕΒΕ); *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Περισσότερες από μία φορές την εβδομάδα
- Μια φορά κάθε 2-3 εβδομάδες
- Μία φορά το μήνα
- Μια φορά κάθε 2-3 μήνες
- Μία φορά το εξάμηνο ή λιγότερο συχνά

6. Α.6 Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε καθεμία από τις παρακάτω υπηρεσίες, κατά την επίσκεψή σας στην ΕΒΕ; *

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

	Ποτέ	Σπάνια	Ενίοτε	Κάποιες φορές	Συχνά	Συνήθως	Πάντα
α) Εσωτερικός δανεισμός βιβλίων (κεντρικό αναγνωστήριο)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
β) Έρευνα χειρογράφων (αναγνωστήριο χειρογράφων)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
γ) Χρήση αναγνωστηρίου για προσωπική μελέτη (π.χ. εργασίες)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
δ) Χρήση Η/Υ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ε) Αναζήτηση οπτικοακουστικού υλικού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
στ) Αναζήτηση ή μελέτη εφημερίδων και έντυπων περιοδικών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Α.7 Με βάση την προσωπική σας εμπειρία, αξιολογήστε καθεμία από τις παρακάτω υπηρεσίες της ΕΒΕ. *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Πολύ κακή	Κακή	Μέτρια	Καλή	Πολύ καλή	Δεν γνωρίζω
α) Αναγνωστήρια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β) Ελληνική Βιβλιογραφία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ) Εθνικό κέντρο ISBN /ISSN/ ISMN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
δ) Καταθέσεις εντύπων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ε) Εκδόσεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
στ) Φωτοτύπηση και εκτυπώσεις μικροταινιών (microform/microfiche)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Α.8 Παρακάτω παρατίθενται πέντε χαρακτηριστικά που σχετίζονται με τις βιβλιοθήκες και τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Θα θέλαμε να μας πείτε πόσο σημαντικό είναι καθένα από αυτά για εσάς, ως προς την αξιολόγηση των υπηρεσιών που παρέχει μία βιβλιοθήκη. *

Παρακαλούμε, κατατάξτε τα παρακάτω χαρακτηριστικά ανάλογα με τη σπουδαιότητα που έχει για εσάς, βαθμολογώντας τα με 1, 2, 3, 4 ή 5, δίνοντας 5 βαθμούς στο σημαντικότερο χαρακτηριστικό και 1 βαθμό στο λιγότερο σημαντικό χαρακτηριστικό. Παρακαλούμε, δώστε κάθε αριθμό από το 1 έως το 5 μόνο μία φορά.

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5
α) Εμφάνιση των εγκαταστάσεων, του εξοπλισμού και του ενημερωτικού υλικού της βιβλιοθήκης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β) Ικανότητα της βιβλιοθήκης να προσφέρει υπηρεσίες με ακρίβεια και αξιοπιστία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ) Προθυμία της βιβλιοθήκης να βοηθά τους χρήστες και να παρέχει υπηρεσίες γρήγορα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
δ) Γνώση και ευγένεια του προσωπικού και ικανότητα του να εμπνέει εμπιστοσύνη στους χρήστες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ε) Παροχή φροντίδας και εξατομικευμένης προσοχής στους χρήστες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Β. Η ΙΔΑΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Με βάση την εμπειρία σας ως χρήστης βιβλιοθηκών, παρακαλούμε σκεφτείτε την ιδανική για εσάς Εθνική Βιβλιοθήκη, από άποψη παροχής υψηλής ποιότητας υπηρεσιών.

Παρακαλούμε, δείξτε κατά πόσο θεωρείτε ότι η ΕΒΕ στην ιδανική της μορφή θα πρέπει να διαθέτει καθένα από τα χαρακτηριστικά που περιγράφονται στις προτάσεις που ακολουθούν.

Εάν πιστεύετε ότι το χαρακτηριστικό είναι «άνευ σημασίας» για να θεωρηθεί η Εθνική Βιβλιοθήκη ιδανική, τότε επιλέξτε τον αριθμό 1, που υποδηλώνει το «διαφωνώ απόλυτα». Αν πάλι θεωρείτε ότι το χαρακτηριστικό που περιγράφεται είναι «εξαιρετικής σημασίας», επιλέξτε τον αριθμό 7, που υποδηλώνει το «συμφωνώ απόλυτα».

9. Β.1 Ο ηλεκτρονικός κατάλογος (ΟΡΑC) της ΕΒΕ θα πρέπει να... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...παρέχει πληροφορίες με ξεκάθαρο και κατανοητό τρόπο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...δείχνει τον αριθμό των αντιτύπων που διαθέτει η βιβλιοθήκη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ)...αποτελεί αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης για όλα τα είδη τεκμηρίων που διαθέτει η βιβλιοθήκη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Β.2 Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ θα πρέπει να... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...είναι ελκυστική	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...εύκολη στην πλοήγησή της	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ)...περιλαμβάνει online φόρμες αίτησης υλικού	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
δ)...παρέχει πληροφορίες για όλες τις υπηρεσίες και τις δράσεις της βιβλιοθήκης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ε)...διευκολύνει την πρόσβαση σε μια ποικιλία ηλεκτρονικών πηγών πληροφόρησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
στ)...διευκολύνει την επικοινωνία των χρηστών με τους βιβλιοθηκονόμους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Β.3 Η ΕΒΕ θα πρέπει να διαθέτει... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...εξοπλισμό σε καλή κατάσταση και διαθέσιμο όποτε τον χρειάζονται οι χρήστες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...Η/Υ που να χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για αναζήτηση στον κατάλογο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ)...Η/Υ για τη διεξαγωγή έρευνας (αναζήτηση στο διαδίκτυο, σε ψηφιακές συλλογές, βάσεις δεδομένων κτλ.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
δ)...εκτυπωτές και φωτοτυπικά μηχανήματα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ε)...μηχάνημα ανάγνωσης και εκτύπωσης μικροταινιών (microform/microfiche)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Β.4 Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να (είναι)... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...φιλόξενο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...διαθέσιμο όποτε το χρειάζονται οι χρήστες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ)...ευγενικό και εξυπηρετικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
δ)...ειδικό στον εντοπισμό των πληροφοριών που χρειάζονται οι χρήστες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ε)...προσιτό και φιλικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
στ)...να δίνει προσοχή σε κάθε χρήστη ξεχωριστά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ζ)...δείχνει ειλικρινές ενδιαφέρον στην επίλυση των προβλημάτων των χρηστών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
η)...διαθέτει τις γνώσεις ώστε να απαντά στα ερωτήματα των χρηστών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Β.5 Το προσωπικό της ΕΒΕ θα πρέπει να βοηθά τους χρήστες να... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...εντοπίζουν το υλικό που χρειάζονται	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...αποκτούν πρόσβαση στο υλικό που χρειάζονται	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ)...αξιολογούν τις πληροφορίες που εντοπίζουν	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
δ)...μάθουν πως να βρίσκουν πληροφορίες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Β.6 Η συλλογή της ΕΒΕ θα πρέπει να... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...καλύπτει πλήρως την ελληνική βιβλιογραφία (εθνική εκδοτική παραγωγή)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)... εμπλουτίζεται με όλες τις νέες εκδόσεις και να διατίθενται άμεσα για χρήση στο κοινό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. B.7 Ο χρόνος αναμονής ανάμεσα στην κατάθεση αιτήματος και την παράδοση των τεκμηρίων θα πρέπει να είναι ελάχιστος *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	6	7	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

16. B.8 Ο χώρος της βιβλιοθήκης θα πρέπει να... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...είναι ελκυστικός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...διευκολύνει τη συγκέντρωση και τη μελέτη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. B.9 Η ΕΒΕ θα πρέπει να έχει ωράριο που βολεύει τους χρήστες *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	6	7	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

18. B.10 Η ΕΒΕ θα πρέπει να παρέχει τις υπηρεσίες στο χρόνο που υπόσχεται *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	6	7	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

Γ. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Με βάση την εμπειρία σας ως χρήστης της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος (ΕΒΕ), παρακαλούμε δείξτε κατά πόσο πιστεύετε ότι η ΕΒΕ διαθέτει καθένα από τα παρακάτω χαρακτηριστικά, όπως περιγράφονται στις προτάσεις που ακολουθούν.

Εάν πιστεύετε ότι το χαρακτηριστικό που περιγράφεται «απουσιάζει πλήρως» από την Εθνική Βιβλιοθήκη, τότε επιλέξτε τον αριθμό 1, που υποδηλώνει το «διαφωνώ απόλυτα». Αν πάλι θεωρείτε ότι η πρόταση «χαρακτηρίζει πλήρως» την ΕΒΕ, επιλέξτε τον αριθμό 7, που υποδηλώνει το «συμφωνώ απόλυτα». Αν η άποψή σας είναι λιγότερο ακραία, επιλέξτε κάποιον από τους υπόλοιπους αριθμούς. Εάν δεν έχετε άποψη για κάποιο από τα χαρακτηριστικά, τότε μην απαντήσετε τη συγκεκριμένη ερώτηση.

19. Γ.1 Ο ηλεκτρονικός κατάλογος (OPAC) της ΕΒΕ... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...παρέχει πληροφορίες με ξεκάθαρο και κατανοητό τρόπο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...δείχνει τον αριθμό των αντιτύπων που διαθέτει η βιβλιοθήκη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ)...αποτελεί αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης για όλα τα είδη τεκμηρίων που διαθέτει η βιβλιοθήκη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Γ.2 Η ιστοσελίδα της ΕΒΕ... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...είναι ελκυστική	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...εύκολη στην πλοήγησή της	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ)...περιλαμβάνει online φόρμες αίτησης υλικού	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
δ)...παρέχει αξιόπιστες πληροφορίες για όλες τις υπηρεσίες και τις δράσεις της βιβλιοθήκης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ε)...διευκολύνει την πρόσβαση σε μια ποικιλία ηλεκτρονικών πηγών πληροφόρησης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
στ)...διευκολύνει την επικοινωνία των χρηστών με τους βιβλιοθηκονόμους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Γ.3 Η ΕΒΕ διαθέτει... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...εξοπλισμό σε καλή κατάσταση και διαθέσιμο όποτε τον χρειάζονται οι χρήστες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...Η/Υ που να χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για αναζήτηση στον κατάλογο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ)...Η/Υ για τη διεξαγωγή έρευνας (αναζήτηση στο διαδίκτυο, σε ψηφιακές συλλογές, βάσεις δεδομένων κτλ.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
δ)...εκτυπωτές και φωτοτυπικά μηχανήματα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ε)...μηχάνημα ανάγνωσης και εκτύπωσης μικροταινιών (microform/microfiche)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Γ.4 Το προσωπικό της ΕΒΕ... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...είναι ανοικτό και φιλόξενο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...είναι διαθέσιμο όποτε το χρειάζονται οι χρήστες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ)...είναι ευγενικό και εξυπηρετικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
δ)...είναι ειδικό στον εντοπισμό των πληροφοριών που χρειάζονται οι χρήστες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ε)...είναι προσιτό και φιλικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
στ)...δίνει προσοχή σε κάθε χρήστη ξεχωριστά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
η)...δείχνει ειλικρινές ενδιαφέρον στην επίλυση των προβλημάτων των χρηστών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ζ)...διαθέτει τις γνώσεις ώστε να απαντά στα ερωτήματα των χρηστών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Γ.5 Το προσωπικό της ΕΒΕ βοηθά τους χρήστες να... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Στήλη 1	2	3	4	5	6	7
α)...εντοπίζουν το υλικό που χρειάζονται	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...αποκτούν πρόσβαση στο υλικό που χρειάζονται	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
γ)...αξιολογούν τις πληροφορίες που εντοπίζουν	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
δ)...μάθουν πως να βρίσκουν πληροφορίες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Γ.6 Η συλλογή της ΕΒΕ... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...καλύπτει πλήρως την ελληνική βιβλιογραφία (τρέχουσα & εθνική εκδοτική παραγωγή)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)... εμπλουτίζεται με τις νέες εκδόσεις, οι οποίες διατίθενται άμεσα για χρήση στο κοινό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Γ.7 Ο χρόνος αναμονής ανάμεσα στην κατάθεση αιτήματος και την παράδοση των τεκμηρίων είναι ελάχιστος *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	6	7	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

26. Γ.8 Ο χώρος της βιβλιοθήκης... *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1	2	3	4	5	6	7
α)...είναι ελκυστικός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
β)...διευκολύνει τη συγκέντρωση και τη μελέτη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Γ.9 Η ΕΒΕ έχει ωράριο που βολεύει τους χρήστες *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	6	7	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

28. Γ.10 Η ΕΒΕ παρέχει τις υπηρεσίες στο χρόνο που υπόσχεται

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	6	7	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

Ευχαριστούμε πολύ για τη συμμετοχή σας στην έρευνά μας!

Παράρτημα Β: Πίνακες αρχείου Output SPSS

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
tangibles1_expectation	121	5,74	1,459
tangibles2_expectation	121	5,60	1,546
tangibles3_expectation	121	5,69	1,298
tangibles4_expectation	121	5,96	1,306
tangibles5_expectation	121	6,08	1,345
tangibles6_expectation	121	5,82	1,310
tangibles7_expectation	121	6,14	1,234
tangibles8_expectation	121	5,53	1,373
tangibles9_expectation	121	6,14	1,428
tangibles10_expectation	121	5,59	1,487
tangibles11_expectation	121	6,08	1,382
tangibles12_expectation	121	5,96	1,451
tangibles13_expectation	121	5,43	1,296
tangibles14_expectation	121	5,82	1,323
tangibles15_expectation	121	6,43	1,315
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 1. Βαθμολογία προσδοκιών των χρηστών από την διάσταση Απτά Χαρακτηριστικά

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
tangibles1_perception	121	5,45	1,348
tangibles2_perception	121	5,79	1,490
tangibles3_perception	121	4,88	1,458
tangibles4_perception	121	5,08	1,552
tangibles5_perception	121	5,40	1,525
tangibles6_perception	121	5,52	1,649
tangibles7_perception	121	5,44	1,554
tangibles8_perception	121	5,02	1,562
tangibles9_perception	121	5,40	1,661
tangibles10_perception	121	5,34	1,631
tangibles11_perception	121	5,47	1,674
tangibles12_perception	121	5,13	1,727
tangibles13_perception	121	5,02	1,628
tangibles14_perception	121	5,83	1,635

tangibles15_perception	121	5,75	1,640
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 2. Βαθμολογία αντιλήψεων των χρηστών από την διάσταση Απτά Χαρακτηριστικά

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
reliability1_expectation	121	6,15	1,493
reliability2_expectation	121	6,37	1,259
reliability3_expectation	121	6,39	1,287
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 3. Βαθμολογία προσδοκιών των χρηστών από την διάσταση Αξιοπιστία

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
reliability1_perception	121	5,85	1,447
reliability2_perception	121	5,51	1,403
reliability3_perception	121	5,46	1,472
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 4. Βαθμολογία αντιλήψεων των χρηστών από την διάσταση Αξιοπιστία

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
responsiveness1_expectation	121	5,94	1,247
responsiveness2_expectation	121	6,21	1,079
responsiveness3_expectation	121	6,73	,548
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 5. Βαθμολογία προσδοκιών των χρηστών από την διάσταση Ανταπόκριση

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
responsiveness1_perception	121	5,36	1,454
responsiveness2_perception	121	5,47	1,126
responsiveness3_perception	121	5,47	1,170
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 6. Βαθμολογία αντιλήψεων των χρηστών από την διάσταση Ανταπόκριση

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
assurance1_expectation	121	5,94	1,247

assurance2_expectation	121	6,13	1,291
assurance3_expectation	121	6,36	1,348
assurance4_expectation	121	5,91	1,258
assurance5_expectation	121	6,35	1,371
assurance6_expectation	121	6,18	1,297
assurance7_expectation	121	6,15	1,236
assurance8_expectation	121	5,59	1,590
assurance9_expectation	121	5,84	1,342
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 7. Βαθμολογία προσδοκιών των χρηστών από την διάσταση Ασφάλεια

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
assurance1_perception	121	5,59	1,370
assurance2_perception	121	5,63	1,534
assurance3_perception	121	5,13	1,426
assurance4_perception	121	5,62	1,540
assurance5_perception	121	5,11	1,499
assurance6_perception	121	5,37	1,539
assurance7_perception	121	5,42	1,548
assurance8_perception	121	4,93	1,528
assurance9_perception	121	5,14	1,479
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 8. Βαθμολογία αντιλήψεων των χρηστών από την διάσταση Ασφάλεια

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
empathy1_expectation	121	5,56	1,335
empathy2_expectation	121	5,80	1,388
empathy3_expectation	121	6,36	,913
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 9. Βαθμολογία προσδοκιών των χρηστών από την διάσταση Ενσυναίσθηση

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
empathy1_perception	121	5,08	1,503
empathy2_perception	121	5,26	1,526
empathy3_perception	121	5,88	1,358
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 10. Βαθμολογία αντιλήψεων των χρηστών από την διάσταση Ενσυναίσθηση

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,986	33

Πίνακας 11. Εσωτερική αξιοπιστία (Cronbach's Alpha) 5 διαστάσεων ServQual αντιλήψεων των χρηστών

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
tangibles1_perception	121	5,45	1,348
tangibles2_perception	121	5,79	1,490
tangibles3_perception	121	4,88	1,458
tangibles4_perception	121	5,08	1,552
tangibles5_perception	121	5,40	1,525
tangibles6_perception	121	5,52	1,649
tangibles7_perception	121	5,44	1,554
tangibles8_perception	121	5,02	1,562
tangibles9_perception	121	5,40	1,661
tangibles10_perception	121	5,34	1,631
tangibles11_perception	121	5,47	1,674
tangibles12_perception	121	5,13	1,727
tangibles13_perception	121	5,02	1,628
tangibles14_perception	121	5,83	1,635
tangibles15_perception	121	5,75	1,640
responsiveness1_perception	121	5,36	1,454
responsiveness2_perception	121	5,47	1,126
responsiveness3_perception	121	5,47	1,170
reliability1_perception	121	5,85	1,447
reliability2_perception	121	5,51	1,403
reliability3_perception	121	5,46	1,472
assurance1_perception	121	5,59	1,370
assurance2_perception	121	5,63	1,534
assurance3_perception	121	5,13	1,426
assurance4_perception	121	5,62	1,540
assurance5_perception	121	5,11	1,499
assurance6_perception	121	5,37	1,539
assurance7_perception	121	5,42	1,548

assurance8_perception	121	4,93	1,528
assurance9_perception	121	5,14	1,479
empathy1_perception	121	5,08	1,503
empathy2_perception	121	5,26	1,526
empathy3_perception	121	5,88	1,358
Valid N (listwise)	121		

Πίνακας 12. Μέσες τιμές όλων των μεταβλητών που αφορούν τις αντιλήψεις των χρηστών

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tangibles1_perception	172,36	1645,133	,720	,986
tangibles2_perception	172,03	1628,799	,787	,986
tangibles3_perception	172,94	1632,455	,773	,986
tangibles4_perception	172,74	1623,779	,795	,986
tangibles5_perception	172,41	1617,628	,862	,986
tangibles6_perception	172,30	1608,694	,864	,986
tangibles7_perception	172,38	1618,554	,837	,986
tangibles8_perception	172,79	1621,265	,810	,986
tangibles9_perception	172,41	1602,178	,908	,986
tangibles10_perception	172,48	1611,102	,855	,986
tangibles11_perception	172,35	1603,829	,888	,986
tangibles12_perception	172,69	1606,434	,840	,986
tangibles13_perception	172,80	1610,244	,863	,986
tangibles14_perception	171,98	1615,016	,822	,986
tangibles15_perception	172,07	1614,696	,822	,986
responsiveness1_perception	172,46	1618,901	,894	,986
responsiveness2_perception	172,35	1670,195	,589	,987
responsiveness3_perception	172,35	1678,262	,480	,987
reliability1_perception	171,97	1627,566	,822	,986
reliability2_perception	172,31	1624,914	,873	,986
reliability3_perception	172,36	1622,214	,854	,986
assurance1_perception	172,23	1624,946	,895	,986
assurance2_perception	172,19	1614,039	,887	,986
assurance3_perception	172,69	1625,451	,854	,986
assurance4_perception	172,20	1614,310	,881	,986
assurance5_perception	172,71	1625,424	,811	,986

assurance6_perception	172,45	1611,116	,908	,986
assurance7_perception	172,40	1610,575	,907	,986
assurance8_perception	172,89	1617,797	,858	,986
assurance9_perception	172,68	1620,237	,867	,986
empathy1_perception	172,74	1623,429	,825	,986
empathy2_perception	172,55	1618,866	,851	,986
empathy3_perception	171,94	1662,888	,550	,987

Πίνακας 13. Εσωτερική αξιοπιστία (Cronbach's Alpha) 5 διαστάσεων ServQual με την μέθοδο CRONBACH'S ALPHA if item deleted (Αντιλήψεις)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,976	33

Πίνακας 14. Εσωτερική αξιοπιστία (Cronbach's Alpha) 5 διαστάσεων ServQual προσδοκιών των χρηστών

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
tangibles1_expectation	5,74	1,459	121
tangibles2_expectation	5,60	1,546	121
tangibles3_expectation	5,69	1,298	121
tangibles4_expectation	5,96	1,306	121
tangibles5_expectation	6,08	1,345	121
tangibles6_expectation	5,82	1,310	121
tangibles7_expectation	6,14	1,234	121
tangibles8_expectation	5,53	1,373	121
tangibles9_expectation	6,14	1,428	121
tangibles10_expectation	5,59	1,487	121
tangibles11_expectation	6,08	1,382	121
tangibles12_expectation	5,96	1,451	121
tangibles13_expectation	5,43	1,296	121
tangibles14_expectation	5,82	1,323	121
tangibles15_expectation	6,43	1,315	121
responsiveness1_expectation	5,94	1,247	121
responsiveness2_expectation	6,21	1,079	121
responsiveness3_expectation	6,73	,548	121

reliability1_expectation	6,15	1,493	121
reliability2_expectation	6,37	1,259	121
reliability3_expectation	6,39	1,287	121
assurance1_expectation	5,94	1,247	121
assurance2_expectation	6,13	1,291	121
assurance3_expectation	6,36	1,348	121
assurance4_expectation	5,91	1,258	121
assurance5_expectation	6,35	1,371	121
assurance6_expectation	6,18	1,297	121
assurance7_expectation	6,15	1,236	121
assurance8_expectation	5,59	1,590	121
assurance9_expectation	5,84	1,342	121
empathy1_expectation	5,56	1,335	121
empathy2_expectation	5,80	1,388	121
empathy3_expectation	6,36	,913	121

Πίνακας 15. Μέσες τιμές όλων των μεταβλητών που αφορούν τις προσδοκίες των χρηστών

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tangibles1_expectation	192,23	1005,879	,669	,976
tangibles2_expectation	192,36	1011,750	,567	,976
tangibles3_expectation	192,28	1004,854	,770	,975
tangibles4_expectation	192,01	1000,658	,817	,975
tangibles5_expectation	191,88	998,887	,814	,975
tangibles6_expectation	192,15	1003,528	,779	,975
tangibles7_expectation	191,83	1003,428	,831	,975
tangibles8_expectation	192,44	1008,932	,677	,976
tangibles9_expectation	191,83	987,011	,901	,974
tangibles10_expectation	192,38	998,421	,737	,975
tangibles11_expectation	191,88	993,953	,850	,975
tangibles12_expectation	192,01	998,725	,753	,975
tangibles13_expectation	192,54	1014,317	,653	,976
tangibles14_expectation	192,15	1011,828	,669	,976
tangibles15_expectation	191,54	1006,034	,745	,975
responsiveness1_expectation	192,02	1000,408	,861	,975
responsiveness2_expectation	191,76	1054,834	,198	,977
responsiveness3_expectation	191,24	1056,150	,378	,977
reliability1_expectation	191,82	1006,067	,651	,976

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΠΜΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΒΑ

reliability2_expectation	191,60	1001,776	,835	,975
reliability3_expectation	191,58	1000,796	,828	,975
assurance1_expectation	192,02	1004,241	,811	,975
assurance2_expectation	191,83	998,172	,859	,975
assurance3_expectation	191,60	990,075	,920	,974
assurance4_expectation	192,06	1001,038	,845	,975
assurance5_expectation	191,62	989,171	,915	,974
assurance6_expectation	191,79	999,803	,834	,975
assurance7_expectation	191,82	1001,050	,861	,975
assurance8_expectation	192,38	1007,771	,590	,976
assurance9_expectation	192,12	1005,160	,740	,975
empathy1_expectation	192,40	1004,176	,756	,975
empathy2_expectation	192,17	998,522	,792	,975
empathy3_expectation	191,60	1056,791	,207	,977

Πίνακας 16. Εσωτερική αξιοπιστία (Cronbach's Alpha) 5 διαστάσεων ServQual με την μέθοδο CRONBACH'S ALPHA if item deleted (Προσδοκίες)

Παράρτημα Γ.: Εικόνες της Εθνικής Βιβλιοθήκης της Ελλάδος

