



a. s., Dům "U zlatého melounu", Michalská 12, 110 00 Praha 1

tel.: 224 225 659, 224 229 464, fax: 224 230 129, e-mail: info@dema.praha.cz, <http://dema.praha.cz/>

KNIHOVNY

A VEŘEJNĚ DOSTUPNÝ INTERNET

Zpracováno pro Národní knihovnu ČR

OBSAH

Úvodem	3
POPTÁVKA	4
Realizace výzkumu a výzkumná metoda	4
Veřejné knihovny a internet.....	5
Komparace dat 1999 / 2000 / 2001	7
NABÍDKA	8
Realizace výzkumu a výzkumná metoda	8
1. část: INFORMAČNÍ SLUŽBY POSKYTOVANÉ ZÁJEMCŮM O INTERNET	9
První kontakt.....	10
Jak získal zájemce na dotazovém místě první informace?	10
Kolika lidí se musel zájemce ptát, než se dostal k osobě, která mu podala potřebné informace, zodpověděla na konkrétní dotazy ohledně internetu?	11
Hodnocení nabídky služeb ve všech okresních městech ČR.....	12
Rychlost nalezení informující osoby	12
Ochota a vstřícnost	13
Profesionalita, znalost věci	14
Úplnost odpovědí na dotazy	15
Zájem o dotazujícího se jako o zákazníka	16
Celkové hodnocení nabídky služeb.....	17
Propagace	18
Obdržel zájemce leták, bulletin nebo jiné písemné informace o možnostech využívat internet na daném dotazovém místě?	18
Obdržel zájemce informaci, kde jinde ve městě jsou veřejně dostupná internetová místa?	19
2. část: REÁLNÉ MOŽNOSTI VYUŽÍVAT INTERNET	20
Možnosti	21
Je možné na dotazovém místě využívat internet?	21
Provoz a služby ve všech okresních městech ČR.....	22
Za jakých podmínek lze využívat internet?.....	22
Provozní dny.....	22
Otevírací hodiny ve všední dny.....	23
Otevírací hodiny o víkendu.....	24
Vytíženost a čekací doba	25
Vytíženost a šance dostat se na internet.....	26
Možnost vlastního vstupu dat a trvalých výstupů na disketu	27
Možnost trvalých výstupů tiskem a sazba	28
Poradenské a doprovodné služby.....	29
Zkušenosti a spokojenost ve všech okresních městech ČR.....	30
Celkové hodnocení internetového místa	30
Reference	31
3. část: DOPORUČENÍ PRO SKUTEČNOU DOSTUPNOST INTERNETU	32
Základní aspekty podmiňující skutečnou dostupnost internetu.....	33

DEMA, a. s. je jednou ze společností, která se zabývá průzkumy veřejného mínění a marketingu. I když se její klienti rekrutují z různých oblastí a základní orientace výzkumů je různorodá, jeden tematický okruh bývá v poslední době společný. Je jím internet a jeho role v ekonomice, ve státní správě, v životě běžného občana.

Velmi často se předmětem zájmu zadavatelů výzkumu stává faktická možnost komunikovat prostřednictvím moderních technologií a to nejen v případě počítačově zdatnějších a lépe technicky vybavených, ale i těch, kteří nemohou nebo nechtějí z různých příčin do vlastních technologií investovat.

V této souvislosti se výzkumy dotýkají problematiky tzv. veřejného internetu, tj. míst, ze kterých lze za úhradu nebo bezplatně vstupovat na síť. Budování přístupových míst z hlediska lokality, technického vybavení, prostorového zabezpečení, finančních prostředků, provozu atd. není jednoduchou ani levnou záležitostí. Bez ohledu na to, kdo je zřizovatelem, jde o sřet poptávky a nabídky, zájmu využívat internet a možností tento zájem plně uspokojit.

Zde hrají velmi důležitou roli veřejné knihovny. Velké množství je jich již připojeno k síti, ostatní mají zákonem stanoveno, že se tak má stát do roku 2006. Součástí celého procesu internetizace knihoven je hodnocení jednotlivých etap vybavování knihoven, osvětových aktivit pro propagaci internetu, zkušeností knihovníků, apod.

Sem lze zařadit i studii „Knihovny a veřejný internet“. Jejím cílem je poskytnout pracovníkům knihoven na základě nezávislých výzkumů (tj. takových, které nebyly objednány knihovnami) pohled občanů na veřejný internet a umožnit jim začlenit empirická data do vlastních zkušeností, poznatků nebo interních zjištění; jinými slovy podívat se, v jakém konkurenčním prostředí se knihovny nacházejí, zda a v čem se jejich nabídka liší od jiných míst.

POPTÁVKA

REALIZACE VÝZKUMU A VÝZKUMNÁ METODA

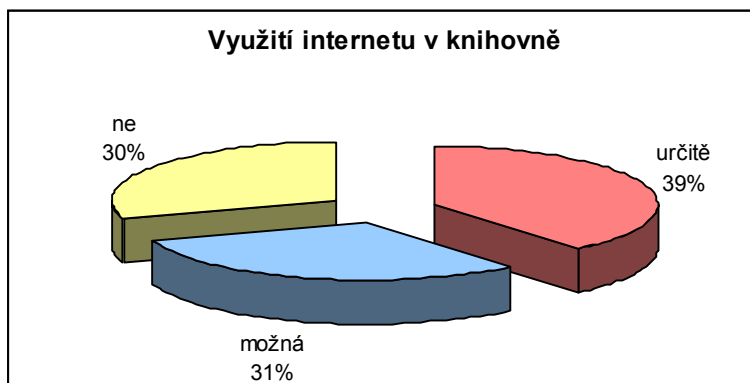
- Základním cílem bylo zmapovat zájem občanů ČR využívat internet na veřejně dostupných místech. Celkem bylo vytipováno 9 různých míst; jedním z nich byla veřejná knihovna.
- Byl realizován ve všech krajích České republiky.
- Výzkum měl reprezentativní charakter.
- Výběrová metoda byla kvótní s pěti kontrolovanými znaky: pohlaví, věk, ekonomická aktivita, region a velikost místa bydliště.
- Tazatelé oslovovali občany náhodně; podmínkou bylo pouze dodržení předepsaných kvót.
- Celkem byly získány názory 1001 osoby starší 18 let.
- Sběr dat probíhal v prosinci 2001 prostřednictvím standardizovaného dotazníku.
- Blok otázek, do kterého byla začleněna i otázka týkající se knihoven, byl pokládán jako přesná replika, což umožnilo provádět časovou komparaci dat s rokem 1999 a 2000.

VEŘEJNÝ INTERNET POPTÁVKA

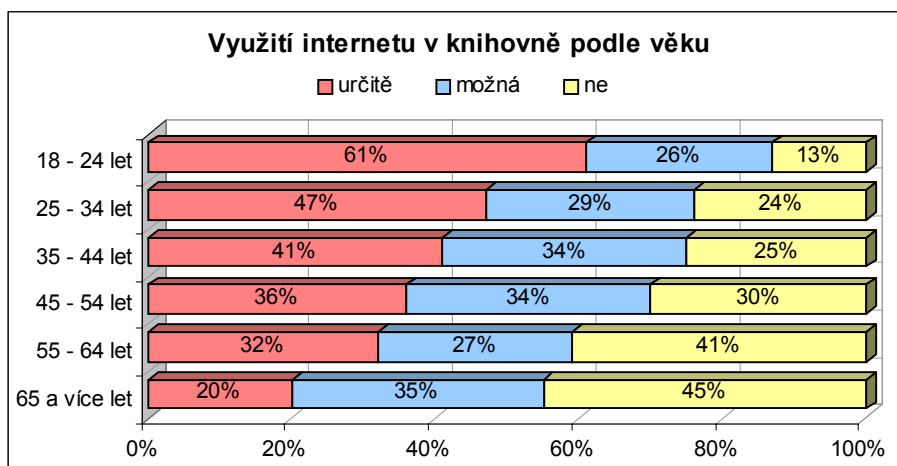
Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Reprezentativní výzkum v ČR
 1 001 dotázaný 18+ let

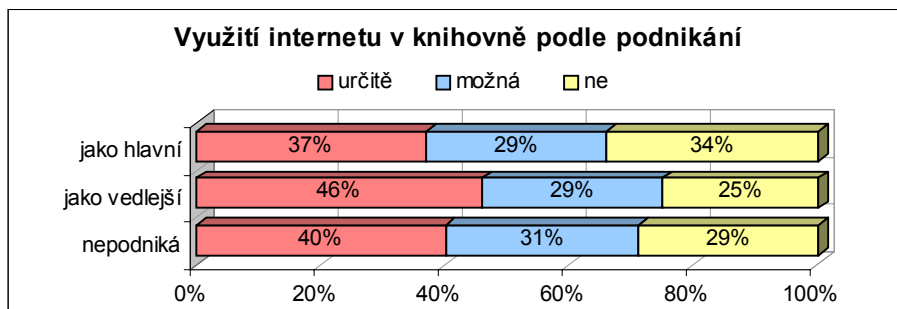
VEŘEJNÉ KNIHOVNY A INTERNET



Více než polovina populace projevuje deklarovaný zájem (z toho 39% určitě) o možnost využívat internet ve veřejných knihovnách. Podíly zájemců z řad mužů a žen jsou shodné.



Podle věku platí: čím jsou občané mladší, tím častější je jejich zájem o veřejný internet v knihovnách. O internet na těchto místech však projevuje (oproti jiným místům) nejen mladší a střední generace, ale i senioři.

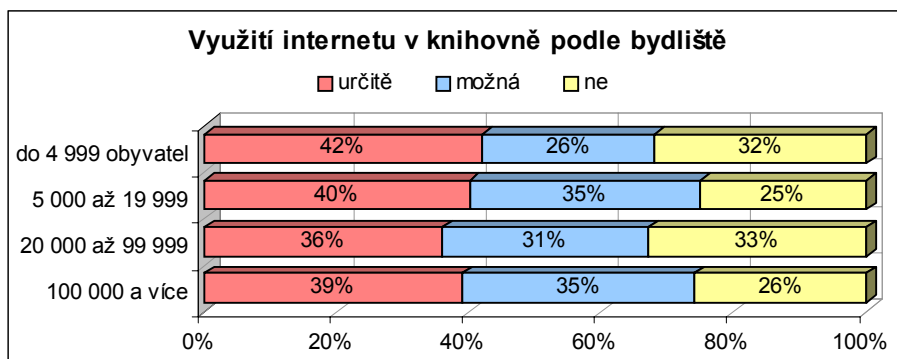


Veřejný internet v knihovnách vyvolává o něco častěji zájem nepodnikatelské části veřejnosti než podnikatelů (zejména těch, kteří podnikají plně v soukromém sektoru).

VEŘEJNÝ INTERNET POPTÁVKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Reprezentativní výzkum v ČR
 1 001 dotázaný 18+ let



Velikost místa bydliště se na názorech občanů podepisuje nevýrazně. Oproti jiným místům vytipovaným pro umístění veřejného internetu, však knihovny hrají významnou roli pro obyvatele malých obcí do pěti tisíc obyvatel; odpovědi „*využíval bych určitě tuto možnost*“ zde dosahují nejvyššího podílu ze všech sledovaných kategorií velikosti bydliště (42%).

	Zájem o veřejný internet ve veřejných knihovnách		
	Určitě	Možná	Ne
Internet v práci			
používá	54%	28%	18%
nepoužívá	33%	34%	33%
Internet doma			
má	52%	29%	19%
nemá, chce mít	52%	36%	12%
nemá, nechce mít	32%	30%	38%
Internet doma			
používá	56%	27%	17%
nepoužívá	35%	32%	33%

(Každý řádek = 100%)

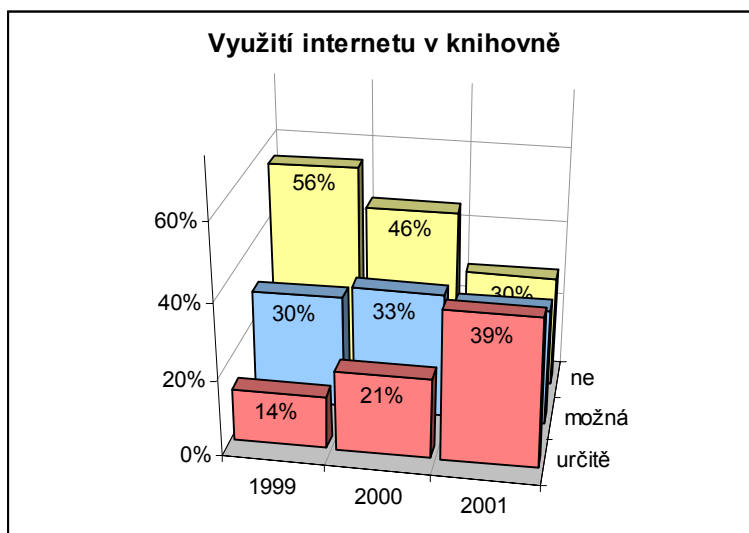
Reálná možnost komunikovat přes internet výrazně zvyšuje podíly avizovaného zájmu o internetový způsob komunikace a práce v knihovnách. Možnost vstupovat v knihovně na internetovou síť však značně přitahuje i občany, kteří v práci nebo doma internet nemají.

VEŘEJNÝ INTERNET POPTÁVKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Reprezentativní výzkum v ČR
 1 001 dotázaný 18+ let

Komparace dat 1999 / 2000 / 2001



(Součet sloupců v každém roce = 100%.)

- Dlouhodobý pohled ukazuje, že se výrazně zvýšil deklarovaný zájem využívat internet ve veřejných knihovnách (z 44% v roce 1999 na 70% koncem roku 2001).
- Markantně, téměř trojnásobně, narostl podíl těch, kteří odpovídají „ano, veřejné knihovny jsou určitě místem, kde bych chtěl využívat internet“ (ze 14% v roce 1999 na 39% koncem roku 2001).
- Také oproti poslednímu sledovanému období se deklarovaný zájem zvýšil; především jde o prudký nárůst odpovědí „ano, určitě mám zájem využívat internetové služby ve veřejných knihovnách“ (o 18%).
- Podíl odmítajících se výrazně snížil; tvoří necelou třetinu populace.

NABÍDKA

REALIZACE VÝZKUMU A VÝZKUMNÁ METODA

- Cílem výzkumu realizovaného pro Sdružení BMI ve všech okresních městech ČR bylo zjistit, jak úspěšně občan v případě, že potřebuje využít internet.
- Sběr dat probíhal koncem roku 2001 jako přesná replika výzkumu, který byl uskutečněn v předcházejícím roce v krajských městech ČR.
- Výzkum byl koncipován tak, aby v každém městě respondenti navštívili několik dotazových míst. Jejich vytipování bylo předem definováno tzv. klíčovými znaky. Každé z dotazových míst muselo splňovat následující podmínky: 1. být dostupné tzv. široké veřejnosti, 2. být běžně navštěvováno a využíváno, 3. poskytovat služby pro veřejnost, 4. plnit funkci informační, tzn. být ve stálém styku s různorodou klientelou vyžadující informace, 5. být v daném městě největší (nejznámější, jediný), 6. nacházet se v centrální části města
- Výběr respektoval také různé vlastnické vztahy, tzn. zahrnoval subjekty garantované státem i zařízení soukromého charakteru. Konkrétně byla navštěvována tato místa: okresní úřad, městský úřad, veřejná městská knihovna, pošta, autobusové nádraží, vlakové nádraží, hotel, internetová kavárna
- Pro výzkum byla zvolena metoda využívaná obvykle v marketingových a spotřebitelských průzkumech, nazývaná Mystery Shopping nebo-li „utajený kupec“. Byla vybrána proto, že dává dostatečný prostor pro simulaci situace, která může běžně nastat nejen z hlediska lokálního (tzn. ve městech, ve kterých se uskutečnil výzkum), ale i věcného (tzn. že občan, ať ve městě žijící nebo ho jen navštěvující, potřebuje poslat zprávu přes e-mail nebo má zájem využít internet za jiným účelem).
- Standardnost situace byla ošetřena průvodními instrukcemi a scénářem popisujícím jednotlivé výzkumné fáze (pátrání - zjišťování faktografie - hodnocení), včetně pokynů psychologické podstaty. Jejich účelem bylo navození samozřejmého chování respondenta na vytipovaných dotazových místech.

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

1. část: INFORMAČNÍ SLUŽBY POSKYTOVANÉ ZÁJEMCŮM O INTERNET

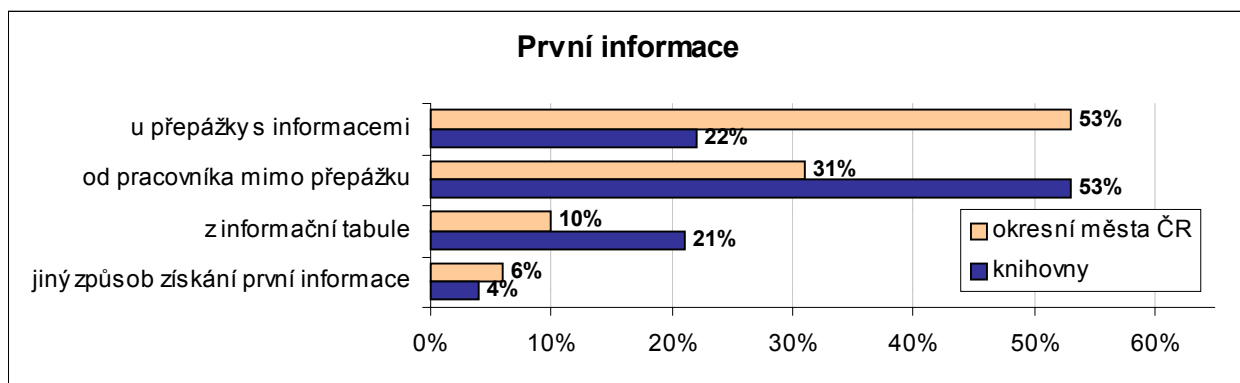
VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

PRVNÍ KONTAKT

Jak získal zájemce na dotazovém místě první informace?



(Součet sloupců grafu u každého souboru = 100%.)

Každý druhý zájemce (53%) zahájil své pátrání, týkající se možnosti využít internet, u speciálního okénka nebo u přepážky určené pro poskytování informací veřejnosti. Šlo o:

- ⇒ zcela převažující způsob na městském úřadu (74%) a vlakovém nádraží (76%)
- ⇒ obvyklý na autobusovém nádraží (68%), v hotelu (63%), na poště (61%) i v okresním úřadu (58%)
- ⇒ nejméně častý v městských knihovnách (22%) nebo v internetových kavárnách (7%)

Každý třetí (31%) získal první informaci mimo přepážku, od pracovníka nebo zaměstnance daného dotazového místa. Tento způsob byl využíván:

- ⇒ nejčastěji v městských knihovnách (53%) nebo v internetových kavárnách (45%).
- ⇒ ve třetině okresních (35%) a zhruba čtvrtině městských úřadů (24%), pošt (26%) a hotelů (28%).
- ⇒ nejméně často na nádražích (19% na autobusovém a 17% na vlakovém)

Každý desátý zájemce (10%) využil jako základní informační zdroj pro pátrání ohledně internetu informační tabule umístěné na vstupních dveřích, ve výloze, v okně nebo přímo ve vestibulu budovy. Zájemci takto postupovali:

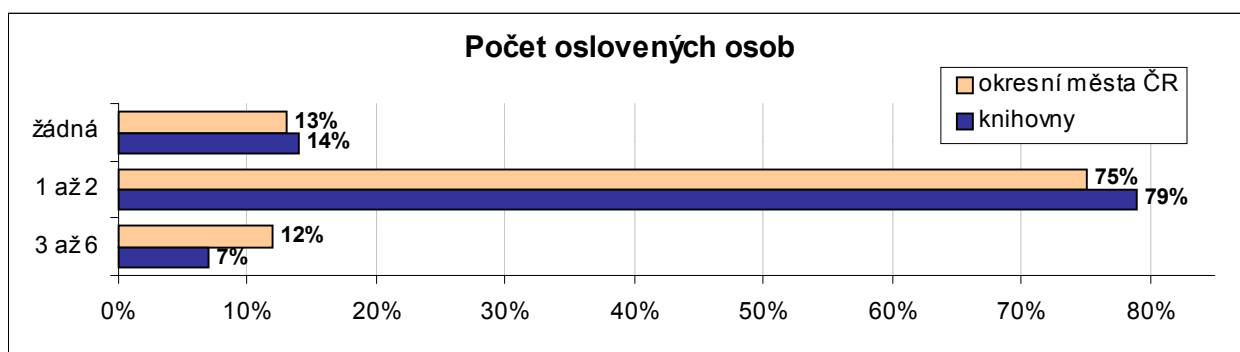
- ⇒ nejčastěji v internetových kavárnách (36%) a městských knihovnách (21%)
- ⇒ poměrně málo často na všech ostatních místech (v intervalu min 1% až max 6%)
- ⇒ Jiné než výše jmenované způsoby přicházely v úvahu minimálně (6%):
- ⇒ byly častější pouze na autobusových nádražích, kde se každý desátý zájemce nejprve ptal někoho jiného (např. prodejce ve stánku), kam má jít, aby získal informace
- ⇒ v úřadech státní správy nebyly využity vůbec

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Kolika lidí se musel zájemce ptát, než se dostal k osobě, která mu podala potřebné informace, zodpověděla na konkrétní dotazy ohledně internetu?



(Součet sloupců grafu u každého souboru = 100%.)

Každý osmý zájemce (13%) využil výhradně informační tabuli nebo interní orientační systém (např. označení místnosti, patra ap.), aby se dostal k osobě, které pokládal konkrétní otázky týkající se internetu. V některých případech (např. v hotelích či kavárnách) zájemce kontaktoval tuto osobu přímo (oslovil obsluhu nebo recepčního).

Ani další a současně největší část zájemců (75%) nemusela příliš pátrat, protože na osobu podávající konkrétní informace o internetu je odkázala první, případně druhá oslovená osoba.

Ostatní (12%) byli nuceni oslovit tři i více osob než se dověděli, kdo jim může odpovědět, zda je či není internet veřejnosti dostupný a pokud ano, za jakých podmínek. Jednodušší situace byla v městských knihovnách nebo v hotelích, složitější na poště a v úřadech. Např. u 15% pošt, 15% okresních úřadů a 17% městských úřadů bylo nutno oslovit nejméně tři osoby, než byla nalezena ta, která podala konkrétní informace o možnostech internetu pro veřejnost.

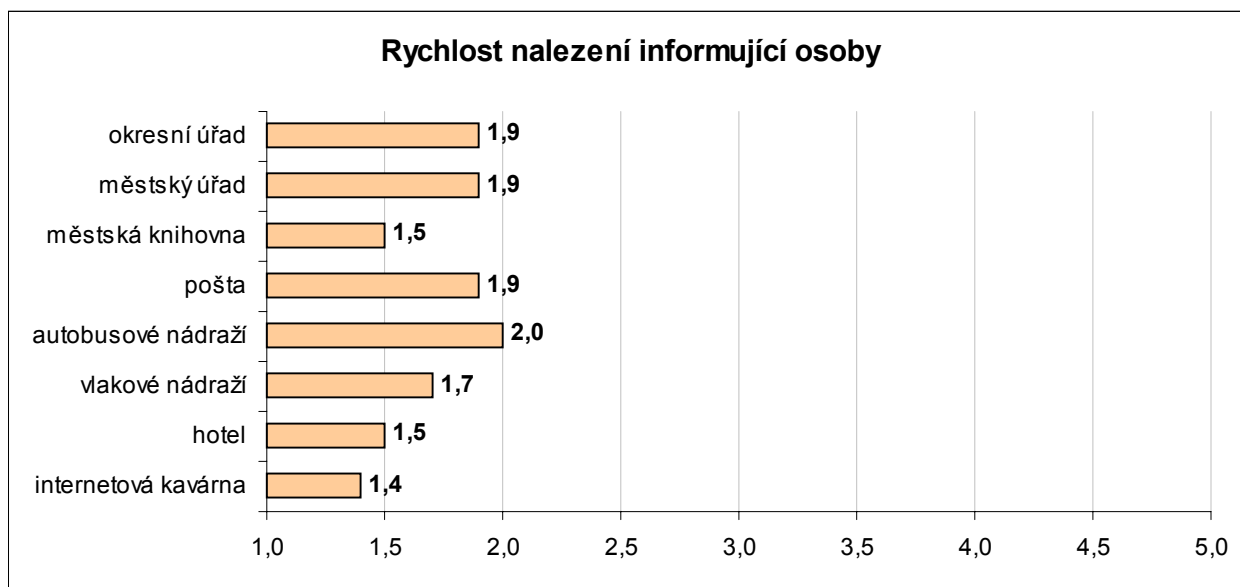
VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

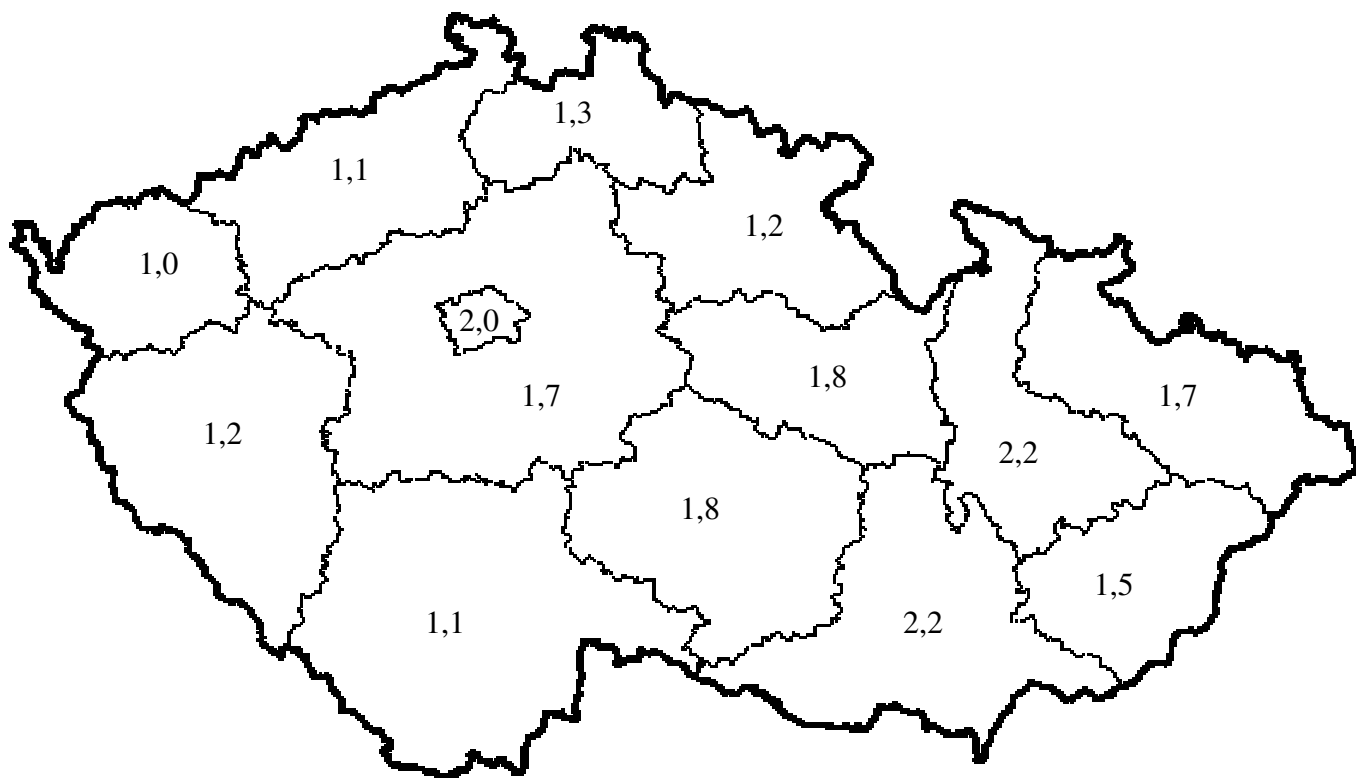
HODNOCENÍ NABÍDKY SLUŽEB VE VŠECH OKRESNÍCH MĚSTECH ČR

Rychlost nalezení informující osoby



(Čím je průměrná známka nižší, tím je hodnocení lepší.)

Rychlost nalezení informující osoby v knihovnách podle krajů

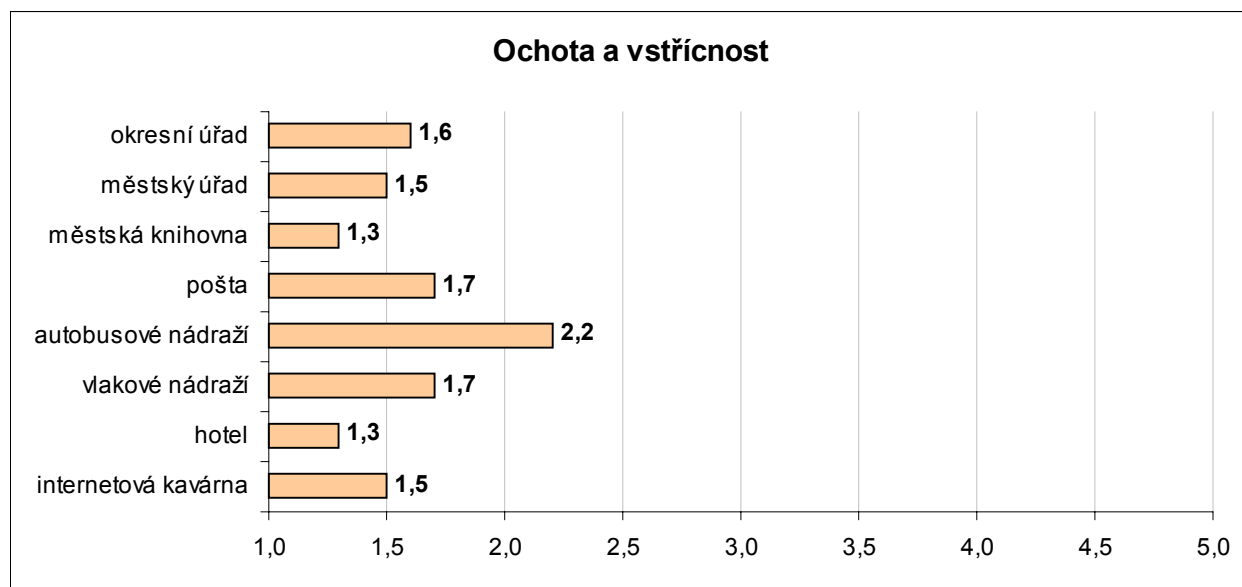


VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

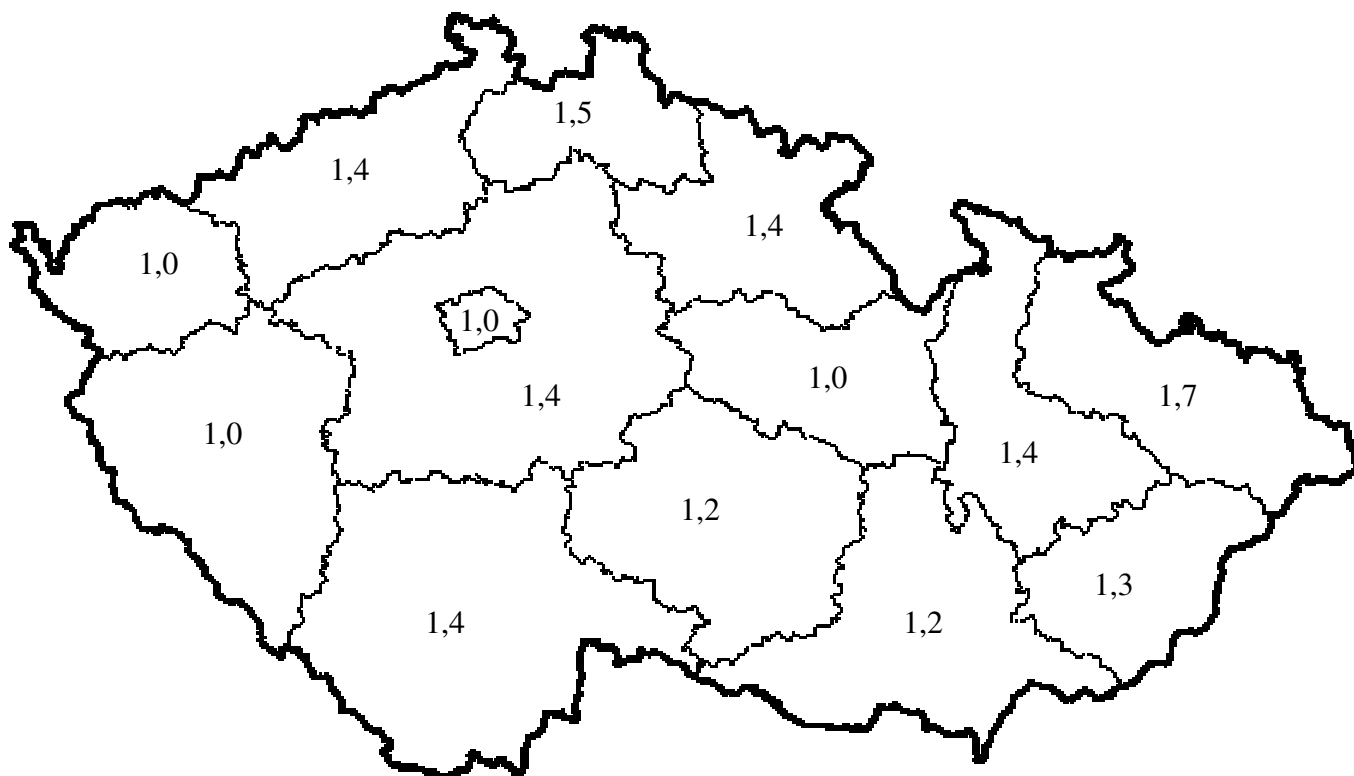
Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Ochota a vstřícnost



(Čím je průměrná známka nižší, tím je hodnocení lepší.)

Ochota a vstřícnost v knihovnách podle krajů

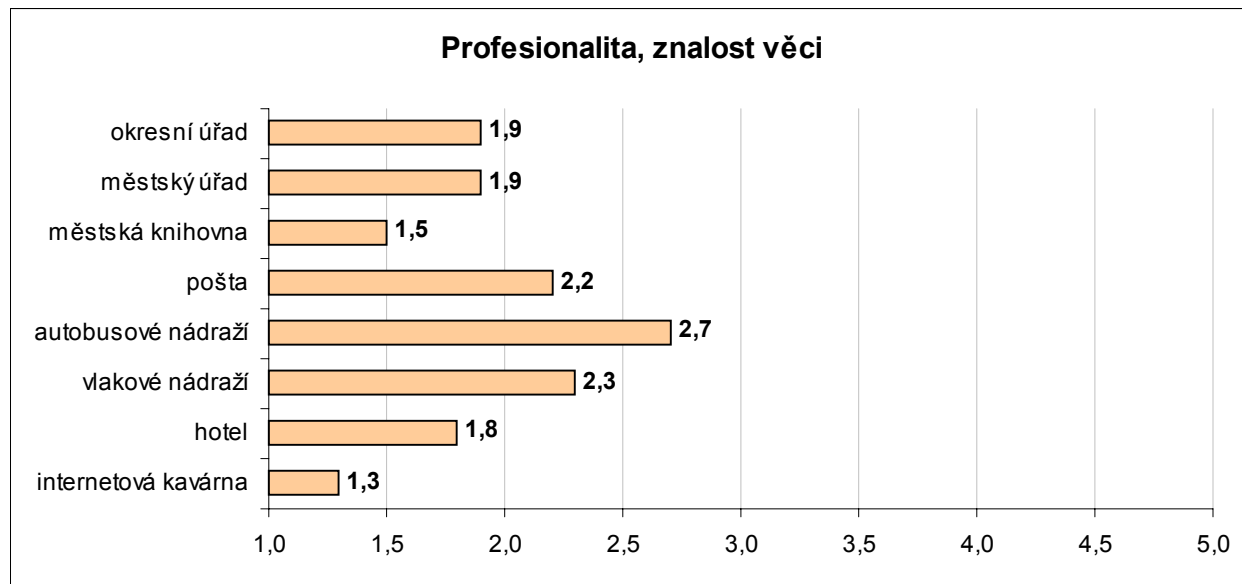


VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

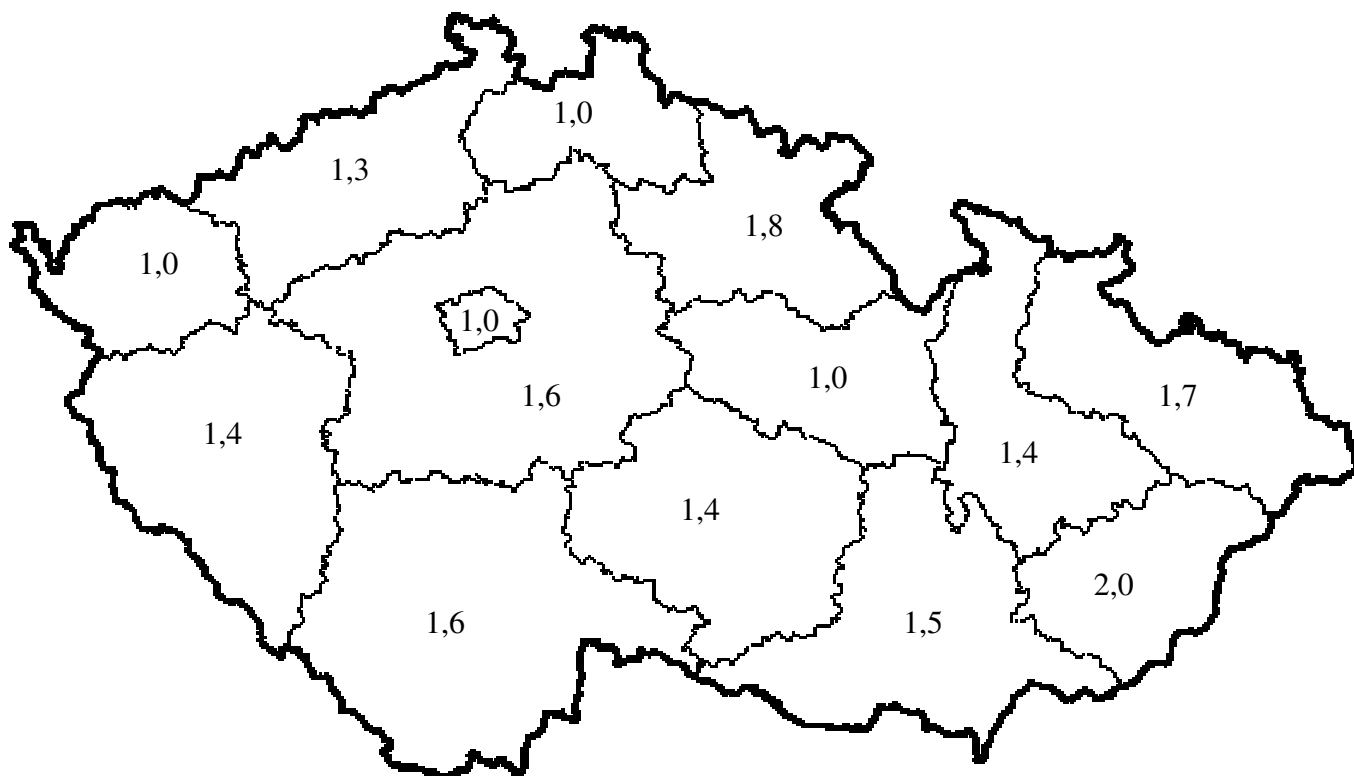
Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Profesionalita, znalost věci



(Čím je průměrná známka nižší, tím je hodnocení lepší.)

Profesionalita, znalost věci v knihovnách podle krajů

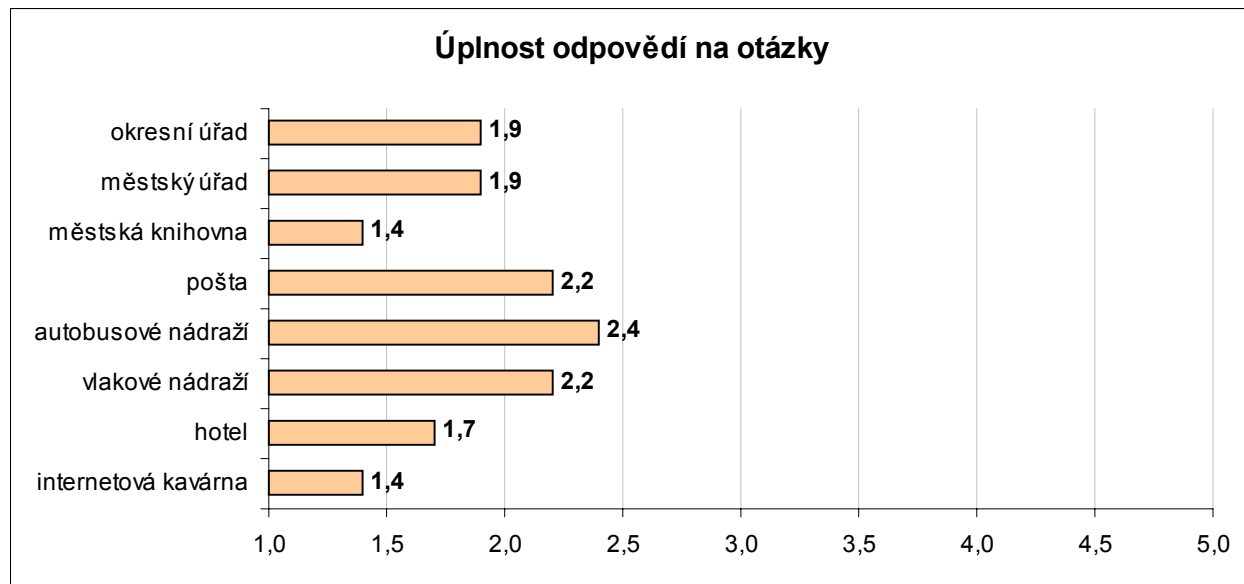


VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

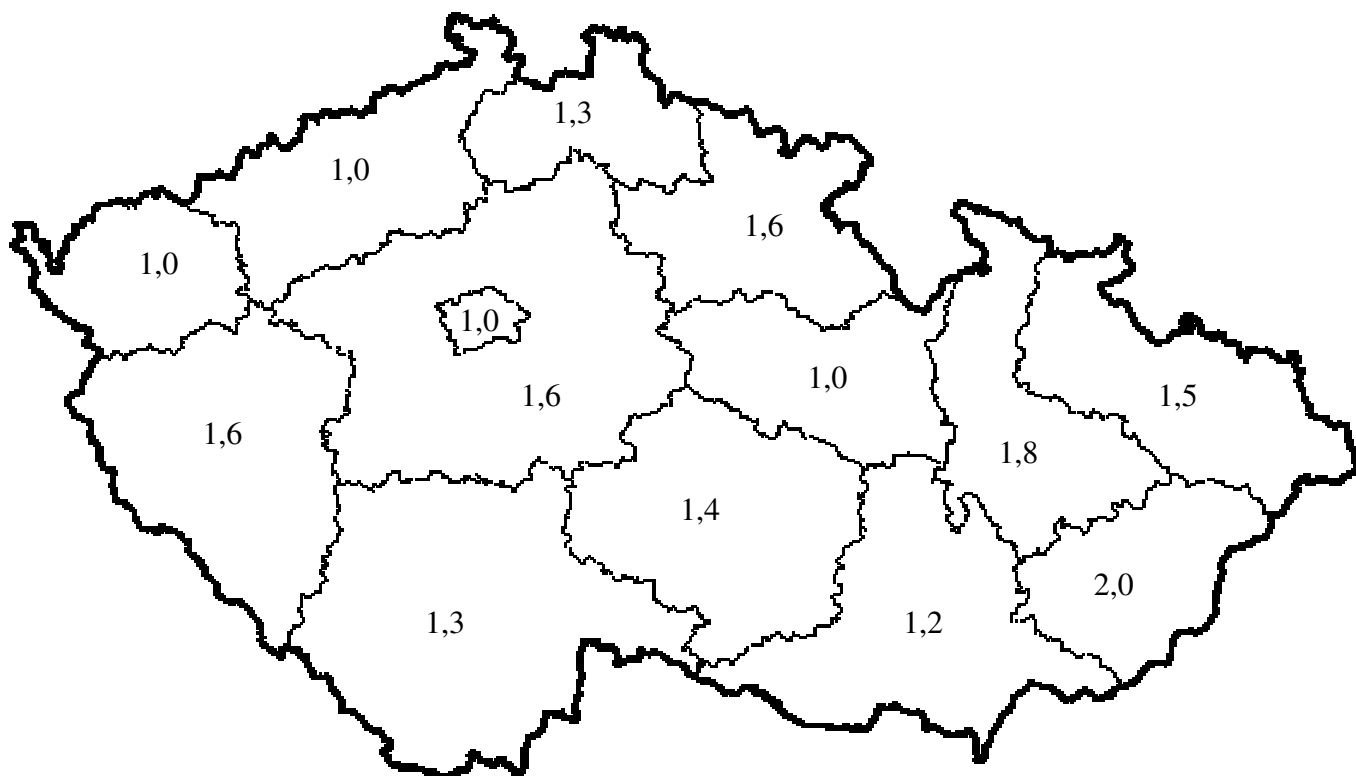
Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Úplnost odpovědí na dotazy



(Čím je průměrná známka nižší, tím je hodnocení lepší.)

Úplnost odpovědí na otázky v knihovnách podle krajů

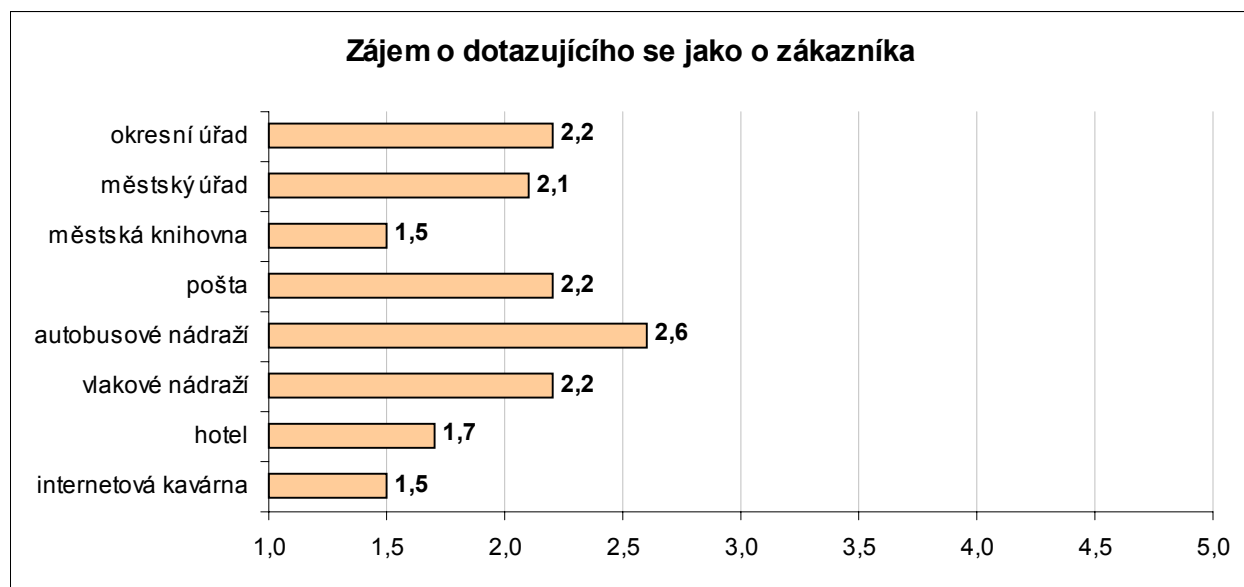


VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

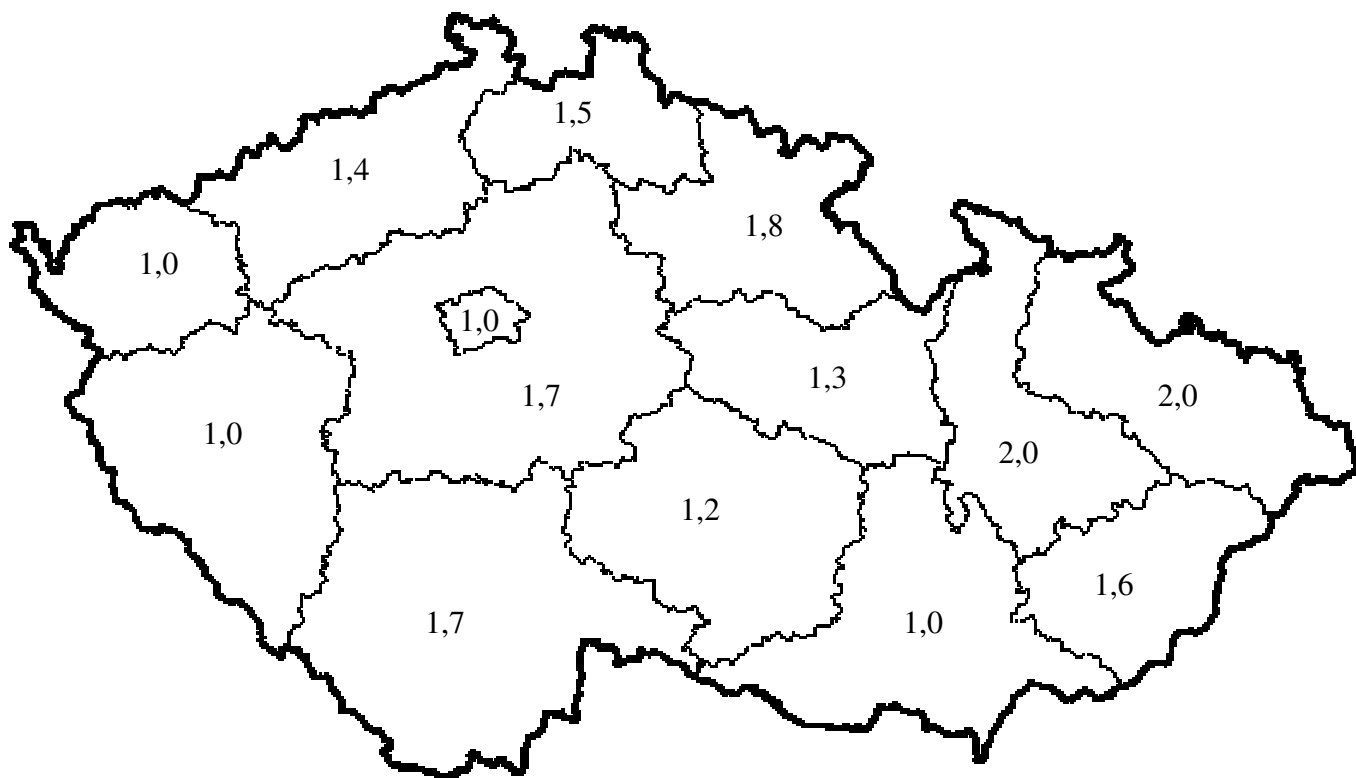
Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Zájem o dotazujícího se jako o zákazníka



(Čím je průměrná známka nižší, tím je hodnocení lepší.)

Zájem o dotazujícího se jako o zákazníka v knihovnách podle krajů

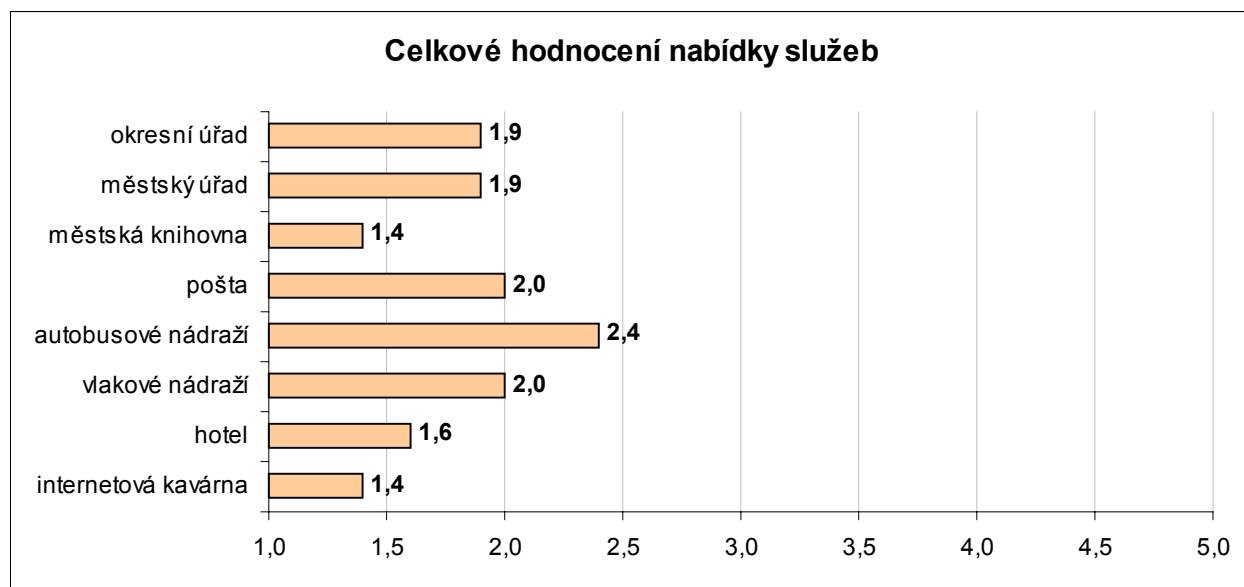


VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

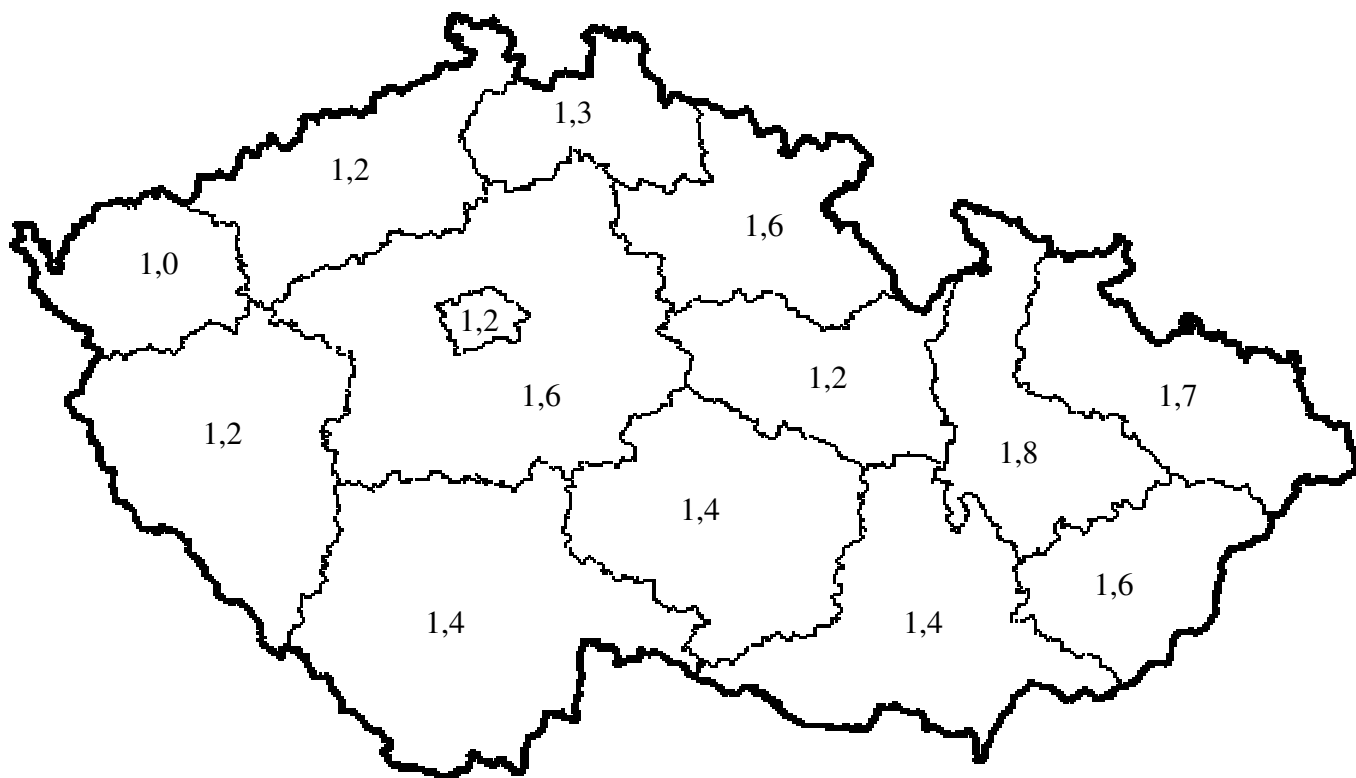
Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Celkové hodnocení nabídky služeb



(Čím je průměrná známka nižší, tím je hodnocení lepší.)

Celkové hodnocení nabídky služeb v knihovnách podle krajů



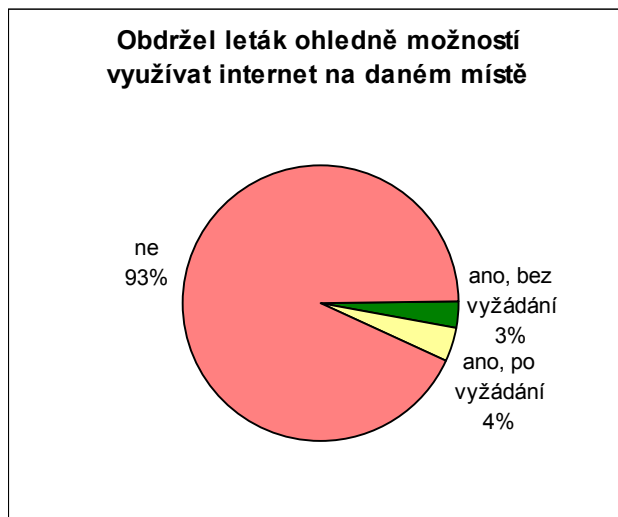
VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

PROPAGACE

Obdržel zájemce leták, bulletin nebo jiné písemné informace o možnostech využívat internet na daném dotazovém místě?



(Dopočet do 100% u každého sloupce = „neobdržel“.)

Cílem této fáze průzkumu bylo zjistit, zda jsou občanům nabízeny a poskytovány informační materiály, ve kterých by byla uvedena nabídka, včetně základních podmínek využití internetu (např. otevírací doba, cena ap.), případně možnosti využití doprovodných služeb v souvislosti s veřejně dostupným internetem.

Ukázalo se, že informační a propagační činnost navštívených míst vykazuje ve vztahu k internetu značné nedostatky.

Absence písemných informací a propagačních materiálů je evidentní. Celkově 530 zájemců z 572 odešlo tzv. s prázdnýma rukama. Tento počet odpovídá 93% neuspokojených zájemců. Zájemci o internet neobdrželi žádnou písemnou informaci:

- ⇒ ve všech okresních úřadech (100%), nádražích (100%) i poštách (100%)
- ⇒ v naprosté většině městských úřadů (93%) a hotelů (94%)
- ⇒ ve většině internetových kaváren (78%) i městských knihoven (76%)

Informační materiál obdrželo pouze 7% zájemců, z toho:

- ⇒ 3% zájemců dostala písemné informace bez požádání
- ⇒ 4% si musela o materiál říci, neboť jim nebyl pracovníkem daného místa vůbec nabídnut, ačkoliv byl k dispozici
- ⇒ poskytované materiály byly různého typu: od vizitek s adresou a otevírací dobou až po letáky s podrobnější nabídkou služeb
- ⇒ úroveň zpracování byla značně rozdílná, někdy postrádala kvalitu, jindy informace, které jsou podstatné pro přilákání zájemců a zákazníků

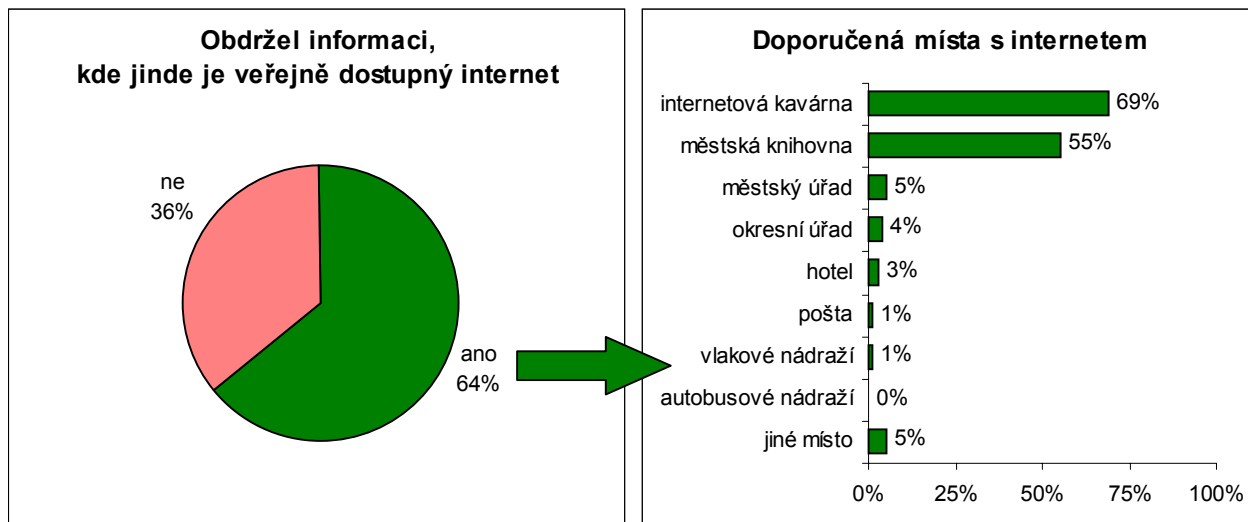
VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Obdržel zájemce informaci, kde jinde ve městě jsou veřejně dostupná internetová místa?

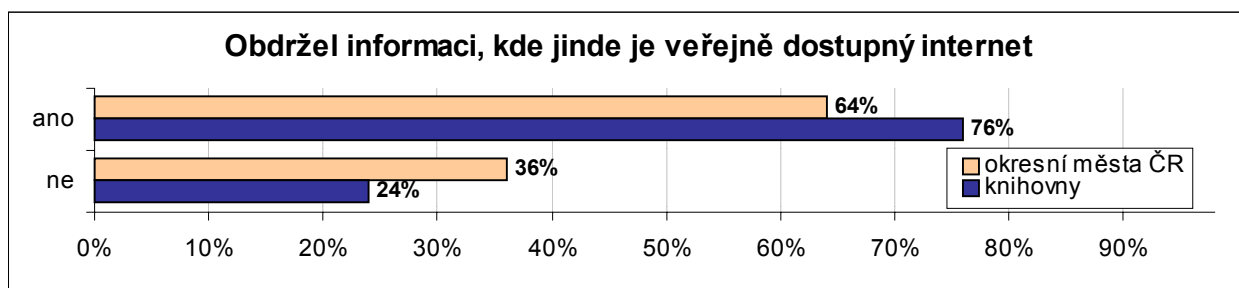
Úkolem zájemců bylo požádat pracovníka, který jim poskytoval informace, zda by mohl uvést nějaké jiné místo nebo místa, kde může veřejnost v okresním městě využívat internet.



(Dopočet do 100% u každého sloupce = „nedoporučeno“.)

Většina zájemců (64%) se setkala s kladnou odezvou, tzn. že získala požadovanou informaci:

- ⇒ většinou bylo doporučeno ještě jedno, méně často dvě místa
- ⇒ obvykle byli zájemci odkázáni na internetovou kavárnu (69%) nebo na městskou knihovnu (55%)
- ⇒ doporučení ostatních míst zaznívala pouze sporadicky



(Součet sloupců grafu u každého souboru = 100%.)

Schopnost pracovníků knihoven informovat zájemce o dalších internetových možnostech v rámci příslušného okresního města byla viditelně lepší než jinde. Nejčastěji byly těmito pracovníky doporučovány internetové kavárny (93%).

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

2. část: REÁLNÉ MOŽNOSTI VYUŽÍVAT INTERNET

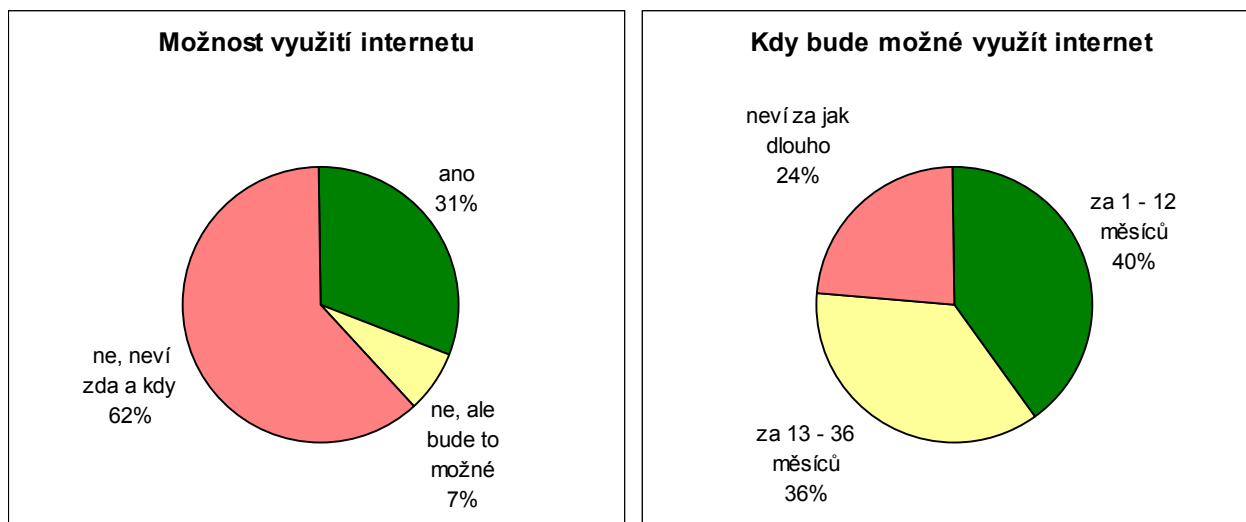
VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

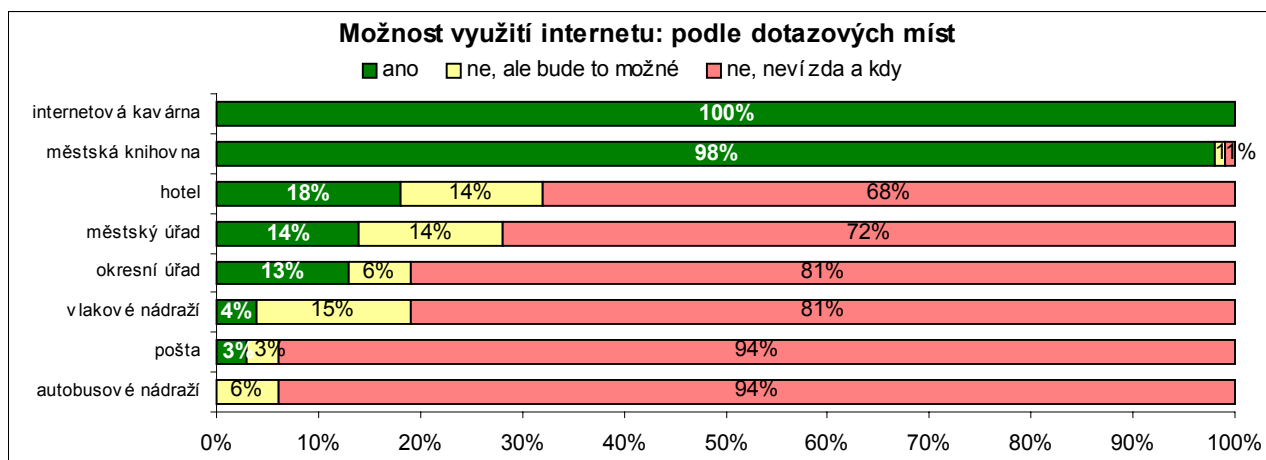
MOŽNOSTI

Je možné na dotazovém místě využívat internet?



Většina zájemců (69%) z navštíveného místa odešla s nepořízenou. V negativních odpovědích pracovníků přitom mnohonásobně (62%) převažovalo konstatování „internet zde nelze využívat, ani nevím zda nebo kdy to bude možné“ a jen malá část (7%), dávala zájemcům určitou naději, sdělovala „zatím to není možné, ale uvažuje se o tom“. Tři čtvrtiny z těch, kteří avizovali zavedení internetu, uvedli časový horizont realizace. Čtvrtina opět sdělila „nevím, nemám ponětí, jak dlouho to bude trvat“.

Třetina zájemců o internet byla uspokojena (31%), tzn. že mohla pokračovat ve výzkumu a dále zjišťovat, za jakých podmínek jsou poskytovány internetové služby pro veřejnost.



Internetem pro veřejnost byla vybavena většina městských knihoven (98%). Zájemci byli úspěšní i v každém šestém hotelu (18%), každém sedmém úřadu státní správy (13% a 14%), na každém dvacátém pátém nádraží (4%) a třicáté třetí poště (3%). Zcela bez úspěchu odešli ze všech autobusových nádraží.

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

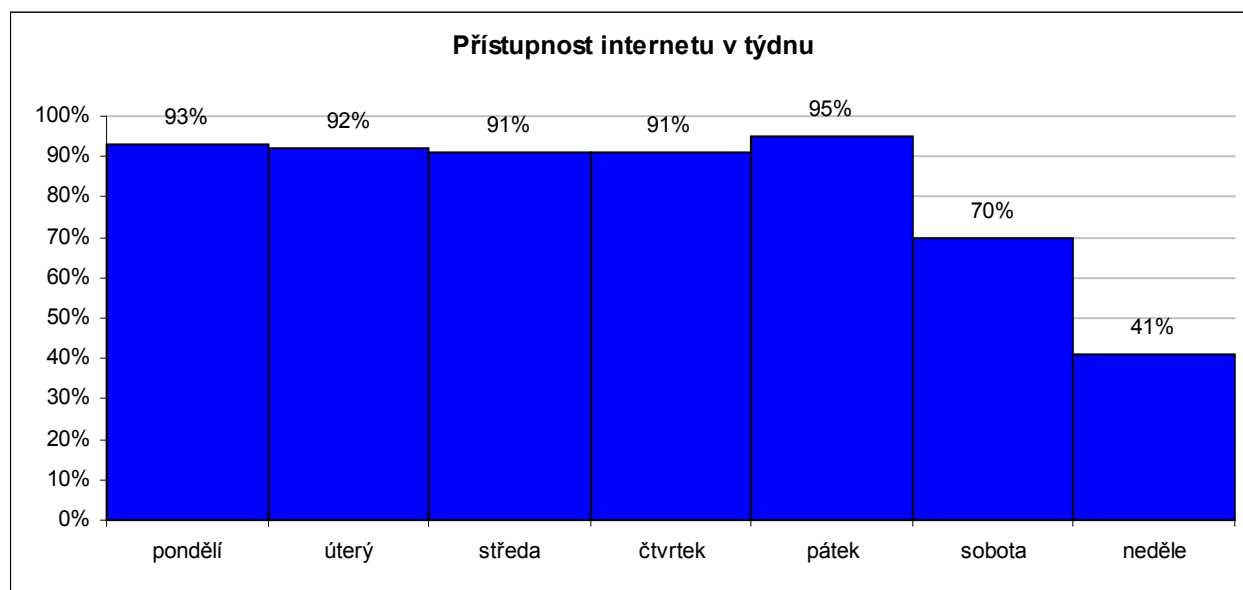
PROVOZ A SLUŽBY VE VŠECH OKRESNÍCH MĚSTECH ČR

Za jakých podmínek lze využívat internet?

Úkolem zájemců bylo zjistit podrobnosti o základní struktuře nabídky. Předmětem jejich zájmu byla vlastní přístupnost místa z hlediska otevíracích dnů a hodin, šancí dostat se k počítači, technické vybavenosti místa i doprovodných služeb.

Dále prezentované výsledky vycházejí jak z přímých ukazatelů (např. počet počítačů), tak ze spontánních odpovědí, utříděných podle obsahu (např. doplňkové služby). Odpovědi na otázky poskytovali zájemcům pracovníci dotazových míst.

Provozní dny



(Dopočet do 100% u každého sloupce = „zavřeno“.)

- ⇒ Téměř všude lze využívat internet od pátku do soboty
- ⇒ Na více než třetinách míst lze využívat internet také v sobotu
- ⇒ Necelá polovina míst je otevřena i v neděli
- ⇒ Městské knihovny jsou vázány na provozní řád, internetové kavárny mají „volnější ruku“ a mohou provoz usměřňovat podle potřeb
- ⇒ Úřady státní správy omezují nabídku zejména v úterý, ve čtvrtek a v pátek
- ⇒ O víkendu přicházejí v úvahu obvykle internetové kavárny a hotely, v sobotu i některé knihovny

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

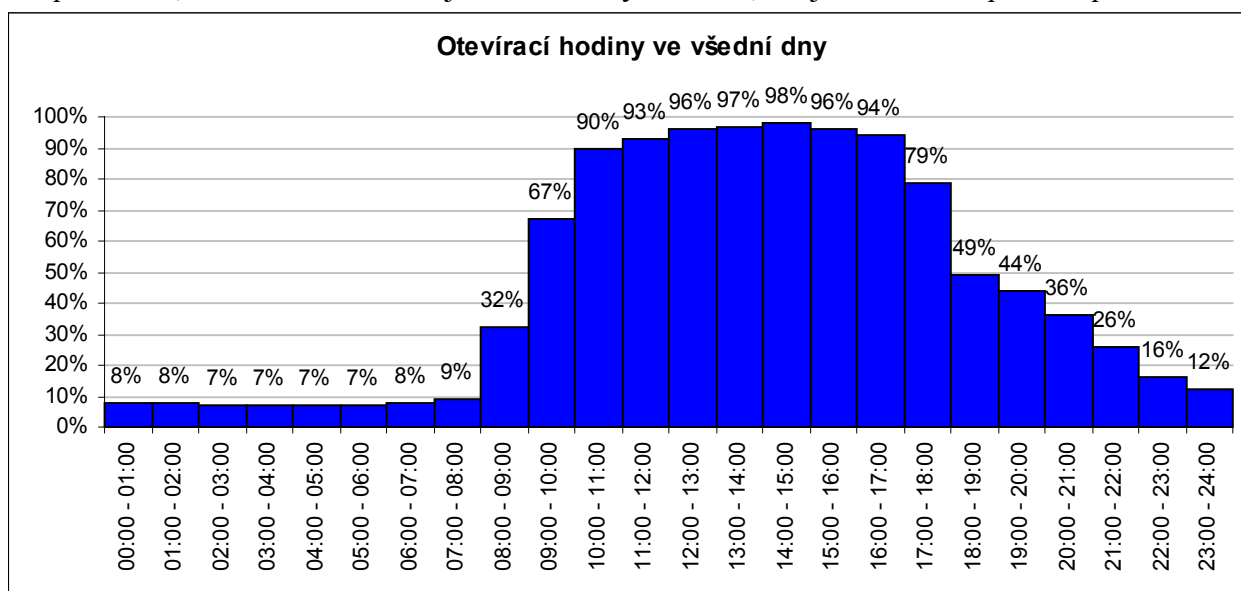
Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Otevírací hodiny ve všední dny



- ⇒ Většina míst má během týdne stejnou otevírací dobu
- ⇒ Pětina míst má odlišný režim, a to: otevírací doba se liší v různých dnech (např. ve středu, v pátek, ap.); otevírací doba je sice po celý pracovní týden stejná, je však zavedena polední přestávka; otevírací doba se nejen liší v různých dnech, ale je zavedena i polední přestávka



(Dopočet do 100% u každého sloupce = „zavřeno“.)

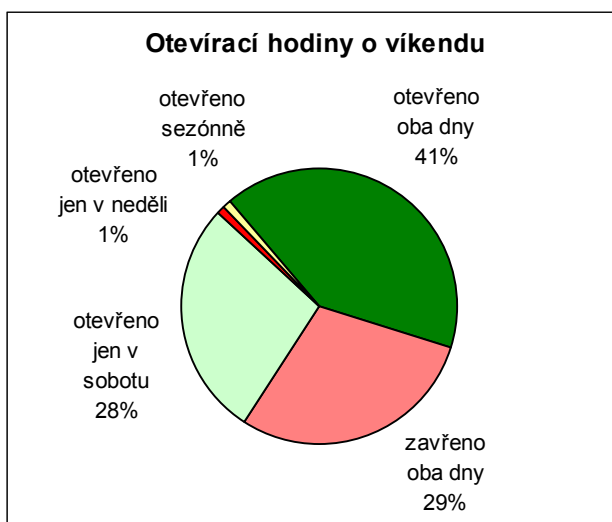
- ⇒ Před osmou hodinou je otevřeno minimum míst
- ⇒ Většina míst je otevřena mezi desátou až sedmáctou hodinou; s postupujícím časem klesá možnost najít veřejně dostupný internet; nonstop noční provoz je pod desetiprocentní hranicí
- ⇒ Nabídka úřadů a knihoven se soustřeďuje na dopoledne a odpoledne, internetové kavárny rozkládají provozní dobu i do večerních hodin

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

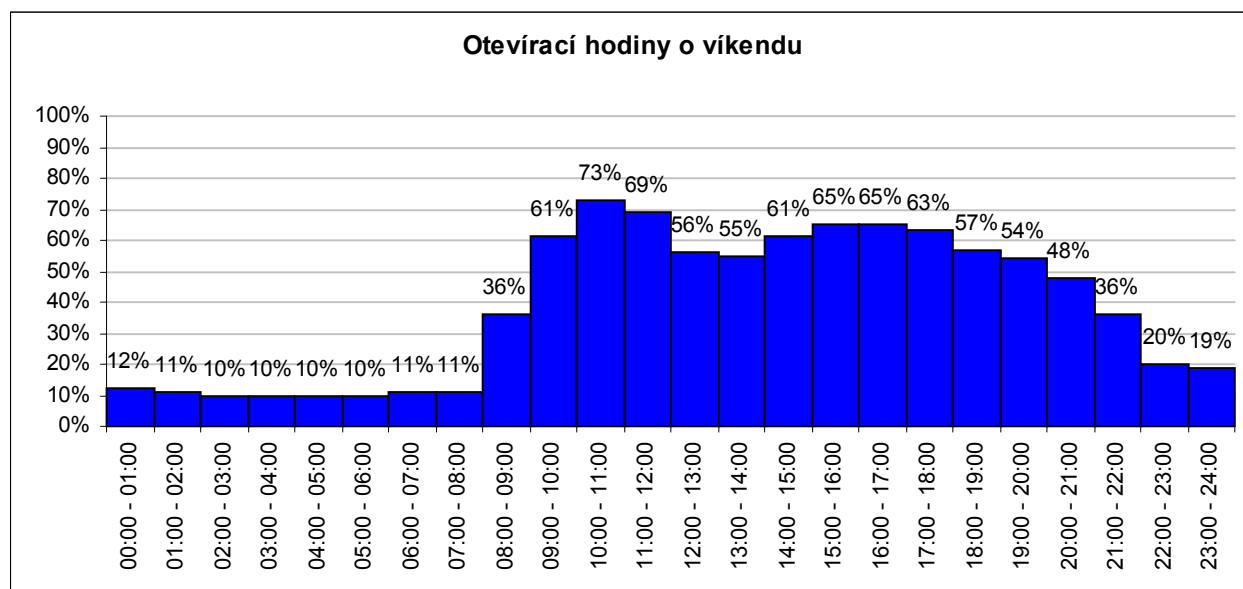
Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Otevírací hodiny o víkendu



- ⇒ Více než čtvrtina míst má zavřeno jak v sobotu, tak v neděli (z knihoven každá druhá)
- ⇒ Stejný podíl, tj. více než čtvrtinu, tvoří místa otevřená jen v sobotu (každá druhá knihovna)
- ⇒ Čtyři místa z deseti mají otevřeno po oba dny
- ⇒ Minimum míst má jiný než výše uvedený režim



(Dopočet do 100% u každého sloupce = „zavřeno“.)

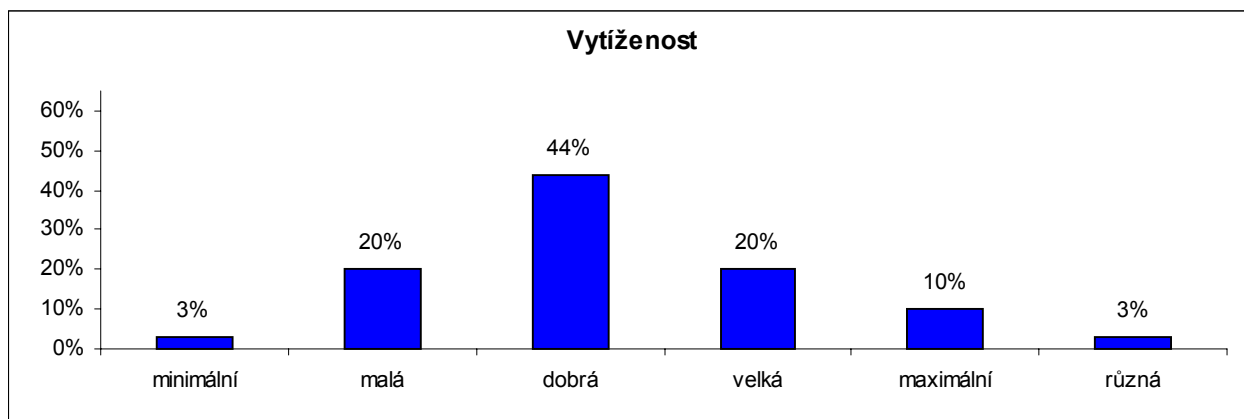
- ⇒ Víkendový provoz se výrazně liší od pracovního týdne
- ⇒ Před osmou hodinou je otevřeno minimum míst
- ⇒ Mezi devátou až dvacátou hodinou je otevřena více než polovina až dvě třetiny míst
- ⇒ V předpůlnocním provozu zůstává zhruba pětina míst
- ⇒ Nonstop jede internet na desetíně míst

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

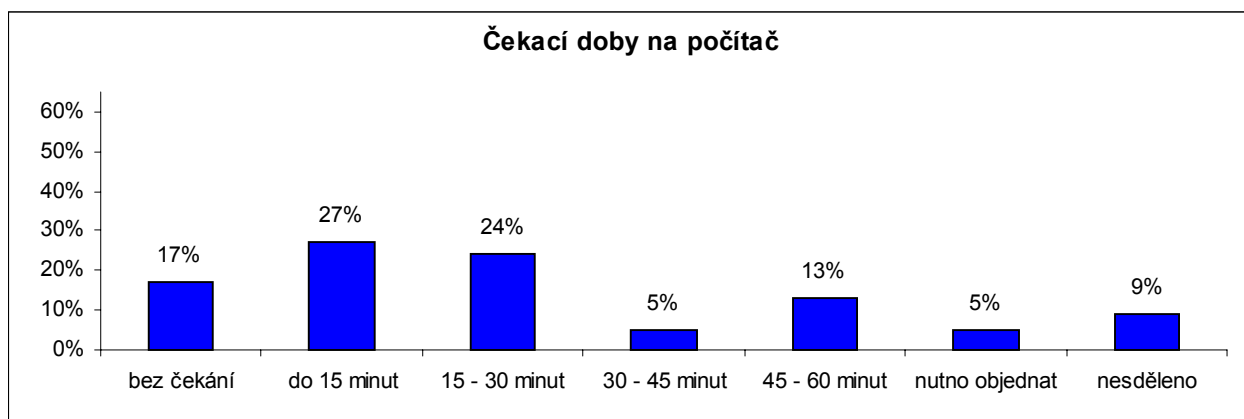
Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Vytíženost a čekací doba



(Součet všech sloupců v grafu = 100%.)

- ⇒ Pracovníci, se kterými hovořili zájemci o internet, hodnotili vytíženost daného místa nejčastěji jako dobrou; to znamená, že občané mají o internet na tomto místě zájem, nikoliv však enormní, takže mohou být plynule uspokojováni
- ⇒ Čtvrtina hodnocení odráží menší a pětina velký zájem veřejnosti
- ⇒ Každé desáté místo kapacitně nestačí, poptávka je trvale vyšší než nabídka; jde o každou pátou knihovnu



(Součet všech sloupců v grafu = 100%.)

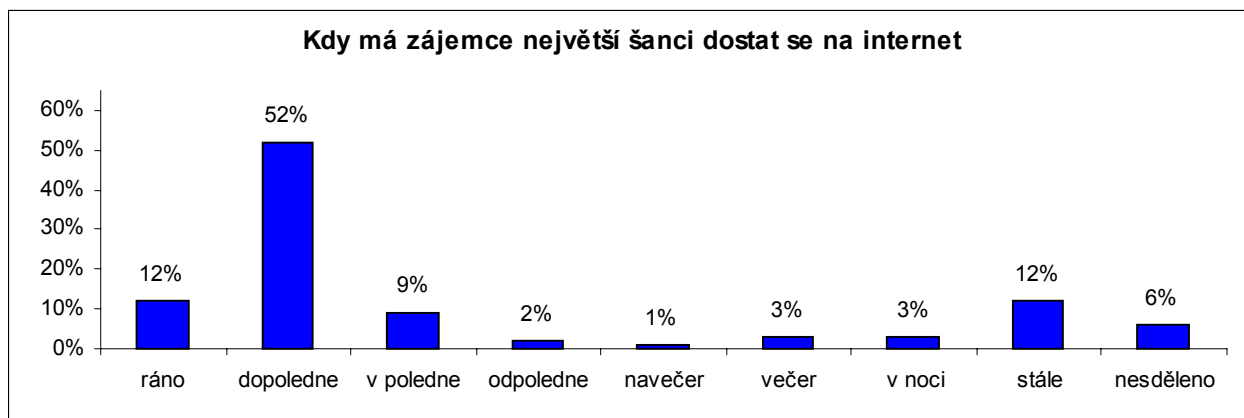
- ⇒ Šestina míst se neseťká s tím, že by bylo nutno čekat, až na občana přijde řada
- ⇒ Pokud se stane, že jsou všechny počítače vytížené, je nutno čekat
 - Obvyklá čekací doba se pohybuje v několika minutách až čtvrt hodině (cca u čtvrtiny míst) nebo trvá čtvrt až půl hodiny (rovněž u čtvrtiny míst)
 - Tam, kde je poptávka enormní, existuje možnost předchozí objednávky na určitý den a hodinu

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

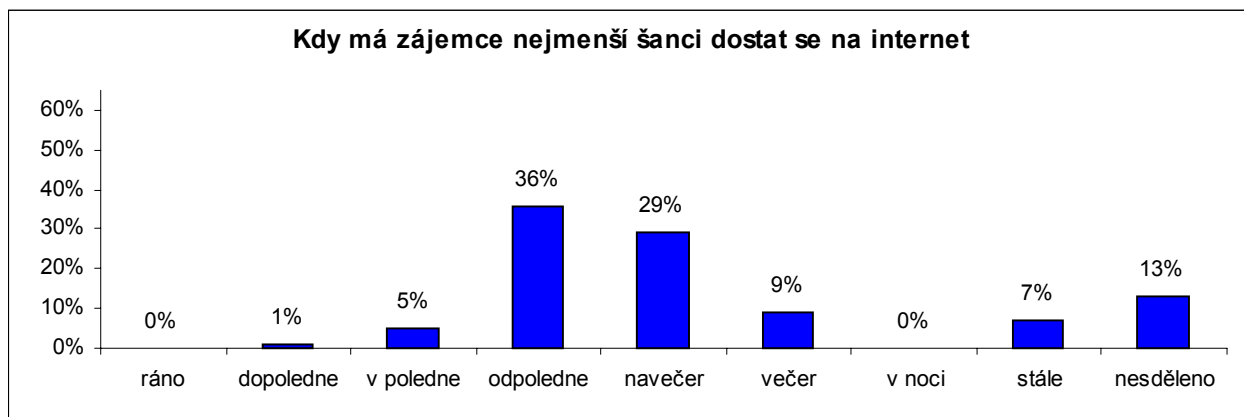
Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Vytíženost a šance dostat se na internet



(Součet všech sloupců v grafu = 100%.)

⇒ Největší šance pro využívání internetu jsou dopoledne mezi devátou až jedenáctou hodinou; celkově 52%, u knihoven 69%



(Součet všech sloupců v grafu = 100%.)

⇒ K největšímu náporu na internetových místech dochází odpoledne mezi třináctou až šestnáctou hodinou a navečer mezi šestnáctou až devatenáctou hodinou; v této době je možnost využívat internet nejmenší

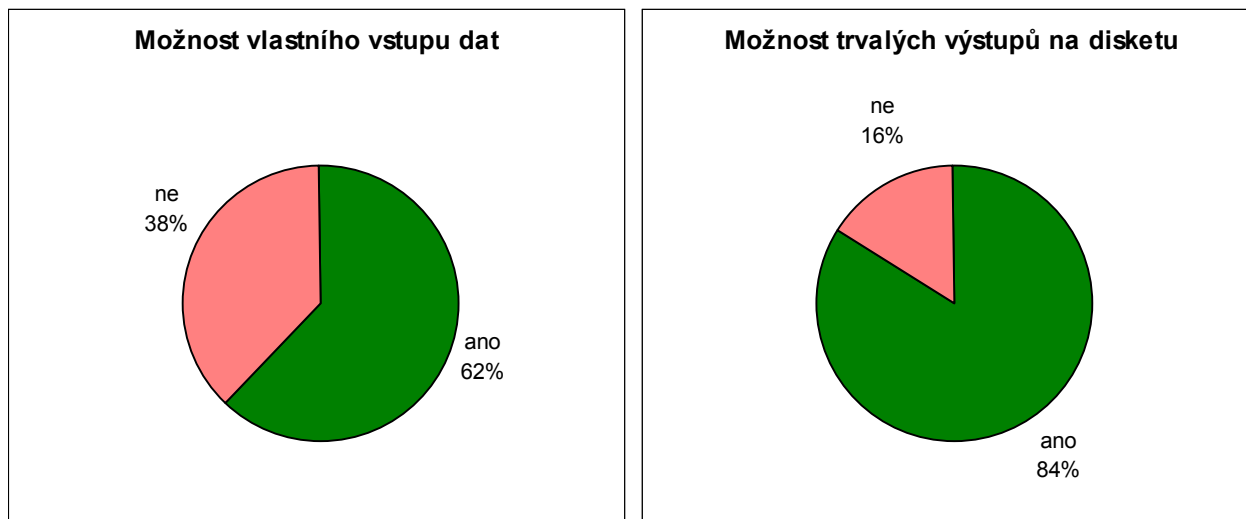
⇒ Knihovny hlásí největší zájem mezi 13 až 16 hodinou (46% uvádí, že zde existuje nejmenší šance pokud jde o volnější terminál)

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

Možnost vlastního vstupu dat a trvalých výstupů na disketu



- ⇒ Na dvou třetinách míst je možný vlastní vstup dat, tzn. že je možné si přinést vlastní disketu s předem napsaným dokumentem, zprávou, daňovým priznáním, apod.; třetina míst tento způsob neumožňuje; jde o 38% knihoven
- ⇒ Většina míst dovoluje ukládat výstupy na disketu; jde o 82% knihoven

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

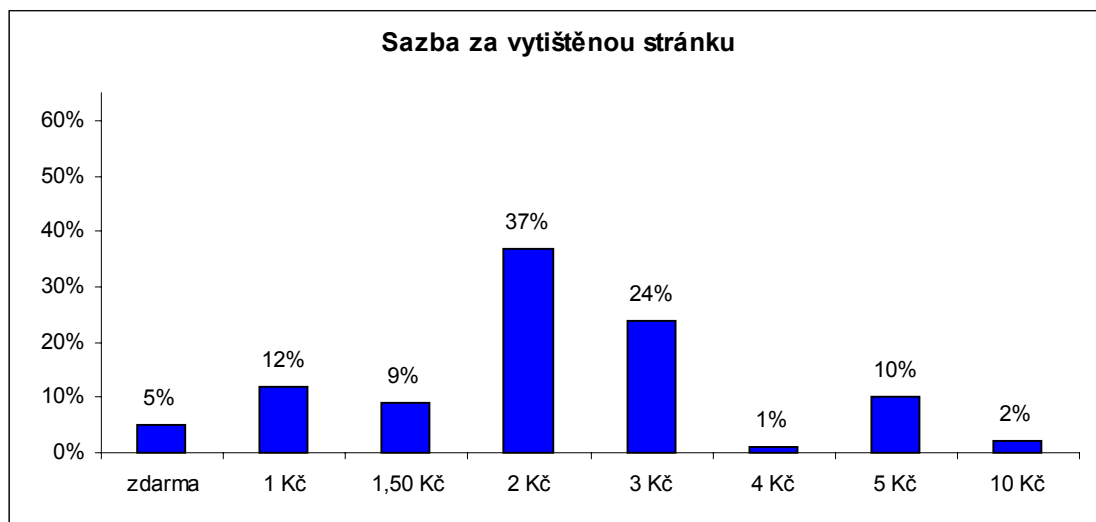
Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Možnost trvalých výstupů tiskem a sazba



⇒ Naprostá většina míst umožňuje vytisknout výstupy na papír; nabídka je vstřícnější v knihovnách (96%)



(Součet všech sloupců v grafu = 100%.)

⇒ Obvyklá sazba za jednu vytištěnou černobílou stránku činí dvě až tři koruny

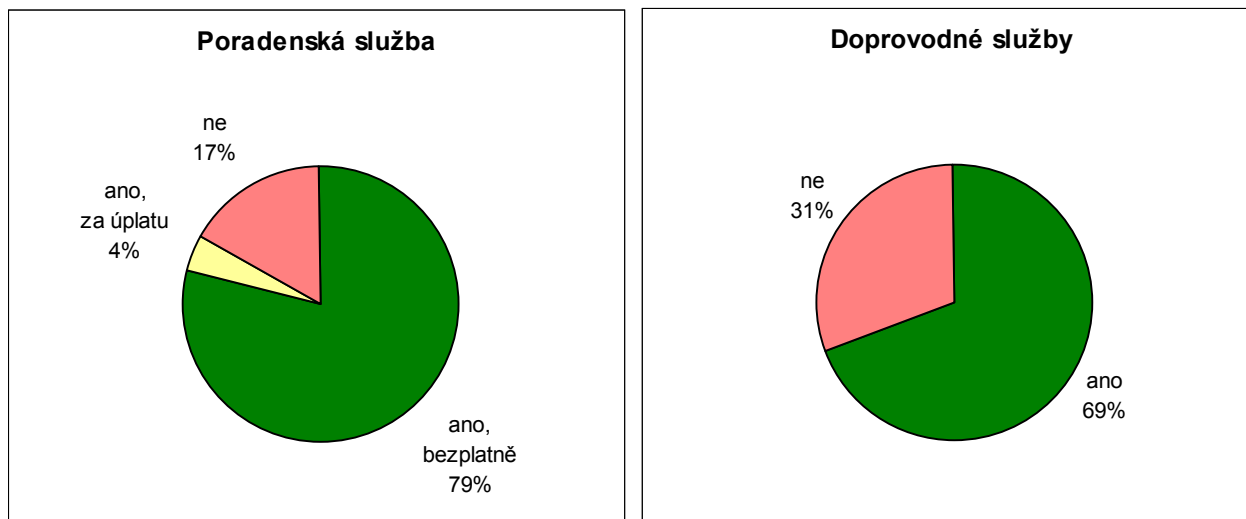
⇒ Státní úřady a knihovna jsou levnější než kavárny a hotely

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

Poradenské a doprovodné služby



- ⇒ Většina míst poskytuje návštěvníkům poradenské služby týkající se internetu, 83%: z toho převážně bezplatně (79%), v menšině za úplatu (4%)
- ⇒ Poradenské bezúplatné služby jsou součástí nabídky ve většině knihoven (87%) a internetových kaváren, ve více než polovině úřadů a ve čtvrtině hotelů
- ⇒ Na každém šestém místě není nikdo, kdo by byl uživatelem internetu „k ruce“, v případě, že by potřebovali poradit
- ⇒ Více než dvě třetiny míst (65% knihoven) nezůstávají jen u provozu internetu, nýbrž nabízejí svým zákazníkům i další služby, které lze podle zaměření shrnout do čtyř skupin:
 - služby navazující na internet (např. možnost zakoupit si diskety, zapůjčit scanner, sluchátka, CD-ROM, hry ap.)
 - služby osvětové (např. vzdělávací akce, besedy s odborníky, školení pro cílové skupiny, poradenství, účast v projektech „Březen - měsíc internetu“, dny otevřených dveří, spolupráce se školami ap.)
 - služby vztahující se k činnosti nebo zřizovateli dotazového místa (např. paleta služeb knihovnických, hotelových, restauračních ap.)
 - služby speciální (např. výstavy, pronájem sálu s technikou, internetová kancelář, prodej časopisů a knih s počítačovou a internetovou tematikou ap.)

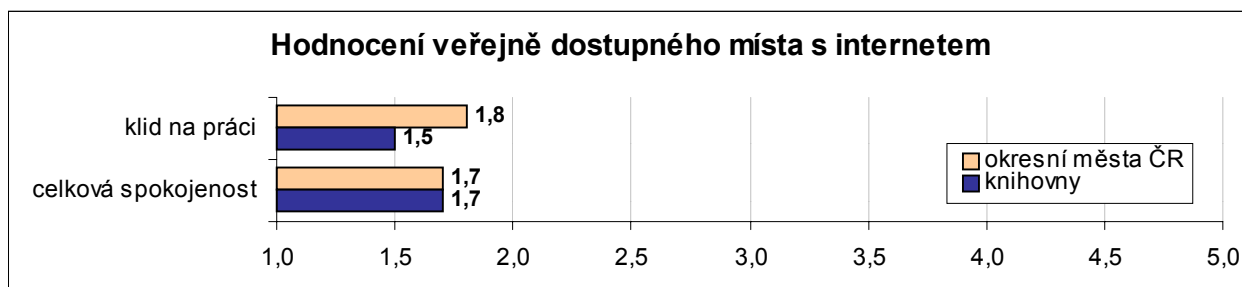
VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
 Dům „U zlatého melounu“
 110 00 Praha 1

Mystery Shopping
 576 míst, z toho 72 knihoven

ZKUŠENOSTI A SPOKOJENOST VE VŠECH OKRESNÍCH MĚSTECH ČR

Celkové hodnocení internetového místa



(Čím je průměrná známka nižší, tím je hodnocení lepší.)

Úkolem zájemců bylo ohodnotit dotazové místo známkami (tak jako ve škole, kdy 1 = výborná až 5 = zcela nedostatečná).

Pracovní prostředí z hlediska klidu a možnosti soustředit se na činnost s počítačem bylo hodnoceno velmi dobře, průměrnou známkou 1,8. Lépe byly hodnoceny městské knihovny (1,5), internetové kavárny (1,7) a hotely (1,7) než okresní a městské úřady (oba 2,5).

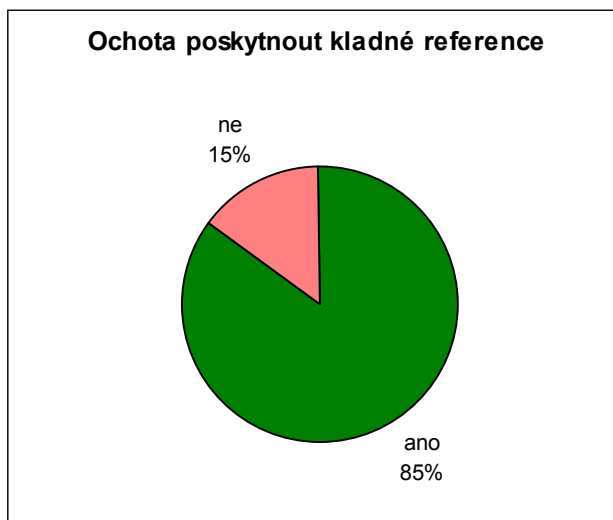
Ještě o něco lépe je hodnocena celková spokojenost s dotazovým místem. Získala průměrnou známku 1,7. Zde byly nejlépe ohodnoceny internetové kavárny (1,5). S veřejně dostupným internetovým místem v knihovnách (1,7) a hotelích (1,7) byli zájemci více spokojeni než s okresními (1,9) a městskými úřady (2,5).

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

Reference



Naprostá většina zájemců o internetové služby by poskytla pozitivní reference o navštíveném dotazovém místě, tzn. doporučila by ho pro případ, že by někdo potřeboval využít internet (85%).

- ⇒ Doporučení by obdržely téměř všechny internetové kavárny (93%) a většina veřejných městských knihoven (87%)
- ⇒ Z ostatních míst by podíl kladných referencí převažoval také u hotelů a okresních úřadů.

Každý sedmý zájemce by nedoporučil navštívené internetové místo svým známým nebo jiným občanům (15%). Převaha negativních ohlasů je patrná u městských úřadů.

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

3. část: DOPORUČENÍ PRO SKUTEČNOU DOSTUPNOST INTERNETU

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

ZÁKLADNÍ ASPEKTY PODMIŇUJÍCÍ SKUTEČNOU DOSTUPNOST INTERNETU

1. ORIENTACE VE MĚSTĚ

Nelze předpokládat, že zájemce o internet se bezvadně orientuje ve městě (tento předpoklad nemusí splňovat domorodec, natož návštěvník či turista).

- ⇒ Tam, kde se pracovníci na dotazových místech snažili vyjít zájemci vstříc a informovat ho o dalších možnostech využití internetu ve městě, šlo obvykle o znalosti náhodné, nesystematické a kusé, které spíše vycházely ze snahy vyjít žadateli vstříc než ze skutečného a úplného přehledu o situaci ve městě.
- ⇒ Někdy se jednalo o informace, které zájemcům sdělovali i lidé čekající ve frontě, jindy se pracovník u informačního okénka (tj. ten, jehož hlavní pracovní náplní je podávat informace) musel obracet na kolegy, případně telefonovat, aby mohl odpovědět na dotaz ohledně toho, zda má veřejnost možnost využívat internet.
- ⇒ Další doporučené místo bylo nezřídka doprovázeno výrokem typu „*myslím, že tam něco takového je*“, „*chodím okolo, tak to vím*“, „*půjdete tam a tam, až uvidíte, tak tam to je, tam se zeptejte*“, apod. Jen sporadicky byla zájemci poskytnuta adresa, plánek nikoliv.

Pracovníci knihoven byli ve srovnání s ostatními dotazovými místy častěji informováni o tom, že ve městě je i jinde možno využít veřejný internet (dominantně doporučovali internetovou kavárnu). Ochota vyjít vstříc však obvykle převyšovala reálný přehled o situaci ve městě. Oproti jiným místům však někteří pracovníci knihoven odkazovali na informační centrum města s tím, že tam může zájemce dostat další informace.

Je žádoucí, aby místo vybavené internetem bylo viditelně, nezaměnitelně a jednotně označeno, aby toto označení bylo včleněno do informačních systémů, orientačních plánů a průvodců měst a vešlo ve všeobecnou známost.

- ⇒ Zájemci poznamenávali, že jejich výzkumným úkolem bylo navštívit dotazové místo. Reálná potřeba využít internet však nemusí být vázána na charakter a typ místa, ale pouze na jeho skutečnou vybavenost internetem. Občan veden konkrétním požadavkem nemá zájem věnovat pátrání dlouhý čas a projíždět křížem krážem městem s předem nejistým výsledkem. Chce mít jistotu, že internet nalezne rychle a co nejbližší.
- ⇒ Jednotné označení veřejně dostupných internetových míst usnadňuje pátrání, přispívá k celkové spokojenosti zájemců o internet.

Že jednotné značení navozuje spokojenost, potvrzují i data výzkumu při kterém zájemci o internet využívali směrovek ve městě (s názvem subjektu, např. knihovny).

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

2. ORIENTACE NA MÍSTĚ

Orientace na místě vybaveném internetem musí být rychlá a bez komplikací.

- ⇒ Ti, kteří chtějí využít internet, požadují rychlou a věcně správnou, byť negativní odpověď, doprovázenou snahou pomoci řešit vyvstalou potřebu. Je tedy žádoucí buď nasměrovat zájemce do prostoru, kde se nachází internet nebo mu doporučit jiné veřejně dostupné místo vybavené internetem pro veřejnost.
- ⇒ Bloudění v rámci areálu nebo budovy v důsledku nepropracovaného orientačního systému je zbytečné. U zájemců vyvolává podrážděnost (např. „vypadalo to, že otravuji“, „připadal jsem si jako blbec“), u pracovníků míst únavu z opakování stejných informací a u přepážek prodlužuje frontu, což může vyvolat negativní reakci ostatních čekajících, kteří požadují jiné informace a internet je nezajímá (např. „říkali mi - paní, Vaše starosti mít“)
- ⇒ Důsledné značení je nutné hlavně tam, kde je internet umístěn v patře, v objektu s větším množstvím referátů, firem, místností, sálů, kanceláří apod.
- ⇒ Rovněž veškeré změny provozu je žádoucí odblokovat od přepážek, informovat zájemce srozumitelně, konkrétně a úplně již před vstupem nebo okamžitě po vstupu na dotazové místo (nejlépe na informačních tabulích, letácích ap.).

V knihovnách se na rozdíl od jiných míst zájemci orientovali mnohem lépe a viditelně častěji využívali orientačních tabulí a směrovek určených pro jednotlivá oddělení knihovny.

3. INFORMOVANOST

Pracovníci, kteří podávají občanům informace, musí být informováni dostatečně, aktuálně a konkrétně.

Neinformovaný pracovník, i kdyby byl výkonný a dobrý, nemůže poskytovat služby na úrovni.

- ⇒ Že je nutné oslovit několik osob než se zájemce doví, zda je či není možné využívat internet, převaha zamítavých odpovědí pracovníků míst „nelze a ani nevím, zda a kdy to bude možné“, doporučení nanejvýše jednoho dalšího místa bez detailnějšího upřesnění, kde se toto místo nachází a co nabízí, jsou příklady činitelů vyvolávajících bumerangový efekt při prosazování záměru učinit internet dostupný širokým vrstvám populace
- ⇒ Zájemci si stěžovali na to, že se na veřejně dostupných místech po vznesení svých dotazů týkajících se internetu setkávali i s naprostou neznalostí problematiky a toho, co se děje ve společnosti (např. „u pracovníka přepážky vyvolalo údiv, že něco takového hledám a dokonce potřebuji“, „paní o okénka neměla ponětí, co je internet, divila se, proč ho zde hledám“)

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

- ⇒ Negativní odraz u zájemců vyvolávaly i poměrně časté výroky typu „nevíme, co s námi bude“, „co se chystá nám nikdo neřekne“, „snad se něco připravuje, ale bůh ví kdy“, „lidi se ptají, ale my nic konkrétního nevíme“ nebo suchá strohost záporných odpovědi bez snahy pomoci.
- ⇒ V nejhorším postavení se jevíli ti pracovníci, kteří byli ochotní, vstřícní, slušní, měli zájem pomoci zájemcům o internet, ale neměli tzv. „z čeho vařit“. Jejich místo nebylo internetem vybaveno a tak zájemce museli nechat odejít tzv. „s prázdnýma rukama“.
- ⇒ V případě výzkumu šlo o simulovatelnou potřebu. Pokud na uvedeném místě internet nebyl, zájemce ukončil pátrání a popsal výzkumné agentuře své pozorování. U reálné potřeby by tomu bylo jinak. Občan nebo turista by svůj požadavek, např. snahu poslat e-mail mohl realizovat po vynaložení dalšího úsilí nebo by se mu nemuselo podařit odeslat zprávu vůbec.

U knihoven byla situace v oblasti informací o veřejném internetu výrazně příznivá. Zájemci byli nejen informováni o tom, že knihovna je vybavena přístupem na síť, ale pracovníci knihoven jim byly schopni odpovědět zcela konkrétně na pokládané otázky, případně je dovedli až na místo, kde jsou umístěny počítače (dokonce ve třech případech usadili zájemce před počítač a názorně předváděli snadnost přístupu na síť).

Absence písemných materiálů, prospektů a propagačních materiálů je alarmující.

- ⇒ Úřady podceňují roli informačních materiálů výrazně, nádraží a pošty ji opomíjejí úplně. Jen menší část knihoven a internetových kaváren nabízí brožury, letáky, vizitky ap.
- ⇒ Úroveň těchto materiálů je různá. Jednotný prvek neexistuje. Většina materiálů má dobrou úroveň. Některé jsou nápaditější, se snahou zaujmout fotografií nebo zajímavou grafikou, nápadem v podobě loga nebo obrázku, jiné jsou pouze popisné a zcela věcné. Existují i materiály viditelně poznamenané přílišným amaterismem a nebo informační chudostí.

Knihovny dávaly zájemcům mírně vyšší šanci získat písemný materiál (leták) o navštíveném dotazovém místě; jednalo se obvykle o výběr z nabídky knihovnických a informačních služeb, do kterých byl začleněn i přístup k internetu. Předání tohoto materiálu však nebylo samozřejmostí, polovina z těch, kteří leták obdrželi, si o něj musela říci. Obdobně, jako u ostatních míst i zde platí, že informační letáky mají různou úroveň (lze ocenit snahu a je škoda, že např. na některých letácích není vyznačena doba provozu internetového místa nebo poznámka, že odpovídá otevírací době knihovny, apod.)

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

4. REÁLNÉ MOŽNOSTI

Možnosti využívat internet se postupně zvyšují. Velmi záleží na tom, jak je nabídková strana aktivní, pružná, jak se snaží.

- ⇒ Současné možnosti nutí zájemce provádět „internetové kolečko“: malý počet vybavených míst, jejich různorodý provoz hlediska otevíracích dnů a hodin (zejména na úřadech) a hrozící možnost, že židle u počítače bude obsazena, neposkytuje zájemcům komfort moderní služby.
- ⇒ Informační provázanost mezi jednotlivými různými místy neexistuje.
- ⇒ Zákazník si těžko může zapamatovat odlišnost provozu jednotlivých míst ve městě, ve kterém žije, natož, ocitne-li se v neznámém prostředí. (Pozn. Výzkumy DEMA, a.s. ukazují, že v případě nenalezení internetu, co by rychlého komunikačního kanálu, využívají občané mobilní telefony, zejména SMS zprávy).
- ⇒ Pracovníci většiny míst radili zájemcům „*přijďte dopoledne, to je zde volno*“, „*odpoledne máme plno*“. Že jde o střet nabídky a poptávky mnohým pracovníkům u informací „nedochází“. Již nyní se rýsuje, kdy je o internet zájem a kdy se tvoří „hluchá místa“. Nelze předpokládat, že zejména ekonomicky aktivní populace nebo studenti se budou moci chovat jinak a tudíž přizpůsobovat se nabídce. Naopak, nabídková strana bude nucena provozovat internet v době, která bude vyhovovat zákazníkům.
- ⇒ Záznamy a objednávky jsou dobré tam, kde jde o čerpání informace, uspokojení zájmových aktivit (hraní her) nebo záležitostí, které nespěchají. Tam, kde je zásadním momentem rychlost, aktuálnost nebo nutnost okamžité komunikace s druhou stranou, nejsou delší čekací doba nebo objednávka řešením.

Zde velmi záleží na vztahu k zákazníkovi: podle průzkumu řada knihoven (a také internetových kaváren) dokáže odhadnout, za jak dlouho bude počítač volný a nabídnout zájemci v této neplánované pauze buď náhradní aktivity a program přímo na místě nebo mu umožnit, aby si vyřídil jiné krátkodobé záležitosti mimo dotazové místo a v dohodnutý čas opět vrátil.

Knihovny využívají také zkušeností, které mají s objednávkami, tzn. že zájemce i může počítač „zamluvit“ na předem dohodnutý den a čas.

Práce s dokumenty, využívání elektronického podpisu a komunikace se státní správou vyžadují komplexní služby

- ⇒ Ne všude (zejména na úřadech) mohou zákazníci používat při vstupu a výstupu dat vlastní diskety nebo výstupy v tištěné podobě (což např. znemožňuje přinést si připravenou žádost nebo dokument na disketě, apod.).

Na druhé straně existuje řada míst, hlavně v knihovnách (a také v i-kavárnách), která nabízejí kromě černobílého i barevný tisk, možnost kopírování materiálů či jejich další úpravu.

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

Dobrá a včasná rada zákazníkovi je vizitkou úrovně nabídky.

- ⇒ Za výrazně pozitivní lze považovat skutečnost, že na většině míst může zákazník najít „pomocnou ruku“, osobu, která mu poradí a pomůže v počítačových a internetových nesnázích. Rovněž kladně byl hodnocen fakt, že dotazová místa byla schopna poradit jak úplným začátečníkům, tak zkušeným „internautům“
- ⇒ Hlavně v kavárnách se na straně nabídky objevovali internetoví nadšenci a fandové, což dokumentují i různorodé doprovodné služby z oblasti informačních technologií - přednášky, spolupráce s firmami, tvorba www stránek, prodej počítačové literatury, nabídka scannování, her, programů ap.

V knihovnách zase byli ochotni nabídnout celou škálu služeb vztahujících se k práci s informacemi, se začátečníky, se seniory, různá školení, dny otevřených dveří a jiné osvětové akce propagující internet a jeho možnosti (např. jak nalézt na internetu práci)

5. POUZE SPOKOJENÝ ZÁKAZNÍK SE VRACÍ

Prostředí, ve kterém jsou nabízeny služby, hraje důležitou roli.

- ⇒ Nejde jen o to zpřístupnit internet, ale vytvořit takové prostředí, aby se v něm zákazníci cítili dobře. Nejlépe splňují tento požadavek internetové kavárny, u kterých byl vyzdvihován zejména „interier navozující pohodu“, „dostatek odpočinkového prostoru“, „možnost občerstvení“, „milé, čisté a příjemné prostředí“ ap.
- ⇒ Hlavním problémem, který není-li vyřešen, může vyvolat značnou nevoli, je nutnost zabezpečit zákazníkům dostatek soukromí na práci s počítačem. Zde je žádoucí nepodceňovat prostorové uspořádání. To by mělo nabídnout osobám pracujícím s internetem jak klid na práci, tak důrazně avizovanou anonymitu.
- ⇒ Při hodnocení míst vybavených internetem zájemci upozorňovali na řadu rušivých momentů, jako „přílišnou nahuštěnost počítačů“, „absenci samostatných boxů“, „umístění počítače na frekventovaném místě, kde není zajištěno soukromí ani klid“, „instalování počítače tam, kde se soustřeďuje největší množství lidí“, „počítače jsou natěsnány vedle sebe, kdybych měla více papírů, neměla bych je kam dát“, „procházející mi koukali přes rameno“ ap.

Že otázka dostatečné anonymity je důležitý aspekt práce s internetem potvrzují i data průzkumu: pracovníci knihoven buď nechali zájemce do místnosti s internetem pouze nahlédnout s tím, že je zde nutný klid nebo upozorňovali, že v budově je pro tento účel speciální oddělení, místnost (kout), případně, kdy je v knihovně menší provoz a tudíž větší klid na práci s počítačem. Nespornou výhodou knihoven je jejich zaměření, tzn. že i knihovnické a informační služby nárokuje atmosféru klidu a soustředěnosti.

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

Nedostatečné vybavení a nefunkční technika jsou brzdou.

- ⇒ Zákazníci, především ti internetově zdatnější, budou při výběru míst přihlížet k tomu, zda je místo vybaveno kvalitní a výkonnou technikou, v dostatečném počtu. Již nyní zaznívalo, že „počítače jsou zastaralé“, „pomalé“, „neošetřované - upatlané, popsané, ulepené“, „klávesnice vyšepťalá“, „toner v tiskárně slabý“, apod.
- ⇒ Nepůjde jen o základní vybavenost, ale trvalou disponibilitu a provozuschopnost. Velmi důležitý bude i účinný a rychlý servis (polovina současných míst disponuje jedním maximálně dvěma počítači - jejich porucha může zásadně omezit nabídku)

Technická vybavenost, limitována hlavně financemi, je „bolestí“ mnoha míst, i knihoven. Průzkum byl zaměřen na okresní města a i zde ne vždy bylo možno aktuálně využívat všechnu techniku (nejen počítače, ale i scanner, kopírku, digitální fotoaparát apod.) nebo se ukazovalo, že počet počítačů je nedostatečný .

Zájem, pocit, že jsem klientem upevňuje zákaznickou věrnost.

- ⇒ Průzkum odhalil, že ne vždy se zájemci o internet cítili jako zákazníci, o které je zájem, kterých je žádoucí si považovat a tudíž se snažit vyjít jim vstříc.
- ⇒ Obrovské rezervy v tomto směru jsou nejen na nádražích, ale i na úřadech.

Příkladem ostatním mohou být knihovny a internetové kavárny. I když tato místa jsou založena na jiných vlastnických strukturách, jedno mají společné: zájem o zákazníka. Zájemci o internet, kteří je navštívili kvitovali svoji spokojenost na těchto místech slovy: „není co dodat, vše bylo dle mého přání“, „bez dalšího pobízení nabízejí své služby na profesionální úrovni“, „jsou ochotní, slušní, s maximálním zájmem o věc“, „jejich zájem je nehraný“, „opravdu nás zvali k návštěvě“, „i když jsem sdělila, že jsem internetový začátečník, řekli ať přijdu, že mi vše vysvětlí, ukážou, že s nemusím bát“.

Zvlášť ceněny byly „ochota a úsměv“ v kombinaci s „jasnou a věcnou odpovědí na odborné úrovni“.

VEŘEJNÝ INTERNET NABÍDKA

Michalská 12
Dům „U zlatého melounu“
110 00 Praha 1

Mystery Shopping
576 míst, z toho 72 knihoven

Zpětná vazba o chování a požadavcích zákazníků směřuje rozvoj služeb.

- ⇒ Veřejně dostupná internetová místa jsou budována pro širokou veřejnost. Svůj účel budou plnit jen tehdy, budou-li přinášet občanům užitek.
- ⇒ Jedním ze způsobů, zda a jak se tento záměr plní, je i trvalé zjišťování názorů uživatelů služeb. Sledování jejich spokojenosti a potřeb mohou přinést poskytovatelům služeb informace využitelné pro:
- výběr vhodných zaměstnanců, ochotných, odborně kvalifikovaných a schopných komunikovat s různými typy zákazníků
 - tvorbu nabídky produktů, marketingovou strategii (věrnostní karty, zákaznické programy, cenové relace, práce s cílovými skupinami), propagaci a reklamu
 - sledování vytíženosti míst, požadavků na otevírací dobu
 - spektrum nabídky doprovodných produktů a programů
 - zjištění představ o připravovaných akcích a projektech
 - vytváření podmínek pro spolupráci s dalšími místy a městským informačním systémem

Poznatky a poučení při zavádění a provozu veřejně dostupných internetových míst, tedy i v knihovnách, lze čerpat ze zkušeností komerční a firemní sféry. Ta prochází významnou etapou charakterizovanou nástupem moderních způsobů obchodování a komunikace se zákazníky prostřednictvím nových technologií.

Řada zkušeností např. z e-business o vztazích mezi nabídkou a poptávkou může být uplatnitelná i při koncipování nabídky zákaznických programů, určování cenových relací, zavádění doplňkových a doprovodných služeb veřejných knihoven při využívání internetu veřejností i specifickými cílovými skupinami (studenti, podnikatelé, občané se zdravotním postižením, děti, senioři, návštěvníci města - turisté, apod.)