

Generácia MILENIÁNOV

výzva pre akademické knižnice



SLOVENSKÁ EKONOMICKÁ
KNIŽNICA

Mgr. Jitka Kmeřová

INFOS 2017

Prečo mileniáni a akademické knižnice

Akademické knižnice sú špecifické tým, že generácia mileniánov tvorí absolútnu väčšinu **používateľov** (SEK 96 %)

- ▶ študenti
- ▶ pedagógovia
- ▶ vedci a výskumní pracovníci

Zamestnanci knižnice (SEK 29 %)

Generácie v akademických knižniciach

3 rôzne generácie používateľov i zamestnancov

- ▶ odlišné prístupy, očakávania, motivácia, pracovné tempo a nasadenie

Baby Boomers	Generácia X	Generácia Y
1945 – 1963	1964 – 1979	1980 - 2000

Generácie

Musíme **poznať a snažiť sa porozumieť** chápaniu a vnímaniu sveta všetkými zúčastnenými

- ▶ Ak hovoríme o generáciách:
 - o kom vlastne hovoríme?
 - čo tým myslíme?
- ▶ Je „generačný problém“ naozaj problém?
- ▶ Sú dnešní mladí ľudia ako z inej planéty?

Prečítajte si v zborníku INFOS 2017



Prečo MILENIÁNI

MILENIÁNI dosiahli dospelosť alebo sa narodili na prelome milénia

Generácia Y 1980 – 2000

Generácia Z 2000 -

nasleduje Generácia Alfa – zatiaľ záhada, ale podľa sociológov

Máme sa na čo tešiť 😊

Mileniáni sú úplne odlišní

- ▶ **prvá skutočne celosvetová generácia** vďaka globalizácii a internetu
- ▶ **spôsob zmýšľania nezávisí na veku**, ale na charakteristikách človeka
- ▶ **neustále sa rozrastá** – zaraďujú sa ďalší (súvis so zvyšovaním kvality života a zdieľaných hodnôt)

Akí sú mileniáni – generácia Y

slovná hračka v angličtine, keďže Y sa vyslovuje ako why = PREČO

- ▶ Prečo sme tu?
- ▶ Aký má život zmysel?
- ▶ Kam smerujeme?
- ▶ Kde mám telefón?

Akí sú mileniáni – generácia Z

Prvá generácia, ktorá sa narodila do digitálnych technológií a nepamätá si doby pred nimi

- ▶ Ľahko sa zaobídem aj bez živej komunikácie so svetom
- ▶ Hmm... KLIK KLIK ... Vyriešené. KLIK...
Nejaký ďalší problém?

Akí sú mileniáni?

- ▶ rýchly príjem informácií
- ▶ multitasking a paralelné spracovávanie vnemov, multimedialita
- ▶ tímovosť - spolupráca v sieti a uprednostňovanie práce kolektíve
- ▶ vizuálna orientácia
- ▶ open source – pri práci s technológiami sa chcú aktívne zapájať do komunikačných procesov a spoluvytvárať informačné zdroje

Mnohé z ich **vlastností** sa nachádzajú aj u predošlých generácií, ale **odlišnosti sú veľmi výrazné**

Viac o mileniánoch sa dozviete v príspevku



www.shutterstock.com · 312100061

A čo knižnice?

- ▶ meniť všeobecné vnímanie knižníc **len** ako sprostredkovateľa kníh
- ▶ spoznať nové typy generácií a priebežne prispôbiť fungovanie a služby ich potrebám a očakávaniam
- ▶ nastaviť interné a externé procesy novým podmienkam

Čo urobiť ako prvé

Stanoviť si cieľ

- ▶ „isté“ časy sa už skončili
- ▶ potrebujeme si zvyknúť na pohyb v neurčitosti, bez pevných záchytných bodov
- ▶ ustúpiť od spoliehania sa na procesy a naučiť sa viac dôverovať našej schopnosti improvizovať

Nespúšťať svoj cieľ z očí

- ▶ keď sa situácia zmení, náš cieľ nám pomôže rýchlo sa nasmerovať

Náš cieľ

Knižnica ako inštitúcia
dobře prispôsobená generáciám súčasným
a pripravená na generácie nasledujúce

- ▶ budovanie svojej značky
- ▶ atraktivnosť poskytovaných služieb
- ▶ trvalo udržateľný rozvoj

Základná podmienka

Odhadnúť dopad fenoménu generácie na:

- ▶ poskytované služby
- ▶ pracovné prostredie a postupy
- ▶ podniková kultúra
- ▶ spôsoby vedenia a motivácie
- ▶ budúce smerovanie

Oblasti vplyvu – veľmi úzko prepojené

- ▶ Vnímanie knižnice
- ▶ Informačné vzdelávanie
- ▶ Marketing
- ▶ Manažment knižnice
- ▶ Ľudia / personálne zabezpečenie

Vnímanie knižnice – rôzne uhly pohľadu

- ▶ Používatelia
- ▶ Zriaďovateľ
- ▶ Pracovníci knižnice

Knižnica ako fyzický a virtuálny priestor a prístupový bod k plateným zdrojom

Vnímanie knižnice z pohľadu používateľa

- ▶ Poskytované služby
- ▶ Vyhľadávanie a prístup k informáciám
- ▶ Komunikácia
- ▶ Priestory

Očakávajú, že im budú poskytnuté rovnako kvalitné technológie, ako sú zvyknutí používať v osobnom živote

Vnímanie knižnice z pohľadu služieb

- ▶ dôraz na **dizajn služieb**
- ▶ pripojenie do siete nevnímajú ako niečo „iné“ a „odlišné“
- ▶ pousmejú sa, keď im budete hovoriť o „virtuálnej“ realite – žijú v nej
- ▶ poznanie informačnej potreby, kontextu a faktorov ovplyvňujúcich podobu formulovaného dotazu

Čoraz viac nezáleží len na šírke dostupných zdrojov, ale aj
na kompetenciách knihovníka-konzultanta

Vnímanie knižnice

Vyhľadávanie informácií

Úloha: zapojiť sa do náhodného vyhľadávania

- ▶ **katalógy prispôbiť dizajnovu i funkčne** - špecifiká konkrétnych skupín a typov používateľov
- ▶ **začleniť overené zdroje do prieskumových nástrojov**
„Najskôr googlim a keď toho dosť nenájdem, idem do knižnice“

V roku 2016 SEK zapojila svoj katalóg do indexu Google

Približný počet výsledkov: 83 500 (0,79 sekúnd)

Manažment cestovného ruchu - Ekonomická univerzita v Bratislave<https://www.euba.sk/fakulty/obchodna-fakulta/profil-absolventa:-2-stupen> ▼

Národohospodárska fakulta · Obchodná fakulta · Fakulta hospodárskej informatiky · Fakulta podnikového manažmentu · Fakulta medzinárodných vzťahov ...

Cestovný ruch | Portál VŠ<https://www.portalvs.sk/sk/studijne-odbory/zobrazit/80101> ▼

Kvalifikovane pozná prírodné a antropogénne prostredie, v ktorom sa rozvíja cestovný ruch. Vie užívať elektronické médiá pre manažment informácií, pre ...

Manažment regionálneho cestovného ruchu - Denné štúdium ...www.skolahost.sk › Základné štúdium ▼

Kód študijného odboru: 6324 M 00 Význam študijného programu je aktuálny jednak z dôvodu potreby rozvoja cestovného ruchu na Slovensku a jednak potreby ...

študijný odbor manažment regionálneho cestovného ruchu ...www.polarka.sk/studijny-odbor-manazment-regionalneho-cestovneho-ruchu ▼

študijný odbor manažment regionálneho cestovného ruchu. 6324 M manažment regionálneho cestovného ruchu. Základné údaje o štúdiu: Dĺžka štúdia: 4 roky.

Manažment regionálneho cestovného ruchuwww.prvasosnmv.sk/studijne-odbory/manazment-regionalneho-cestovneho-ruchu ▼

2. 8. 2011 - Absolvent študijného odboru manažment regionálneho cestovného ruchu je kvalifikovaný pracovník, ktorý je schopný vykonávať pracovné ...

Zobraziť výsledky pre dopyt

Manažment cestovného ruchu (Kniha od autorov Andrej Malachovský...

Pôvodný dátum zverejnenia: 2006

Autori: Marian Gúčik, Vanda Maráková, Peter Patúš, Ivana Šípková

Vnímanie knižnice

Prístup k informáciám

- ▶ zaujímavé sú hlavne procesy a výsledky sprístupňovania
- ▶ prístup k tradičným dokumentom nepretržite ???
 - personálne a finančne náročné
 - v slovenskom vysokoškolskom prostredí prakticky nerealizovateľné
 - nevyužívané, pretože by museli fyzicky prísť do knižnice a to sa im nechce
- ▶ usporiadanie dokumentov v študovniach menej systémovo orientované a viac „ľudské“

Vnímanie knižnice

Prístup k informáciám

Využiť **alternatívne formy**

- ▶ vzdialený prístup k licencovaným zdrojom
- ▶ prístup k elektronickým verziám priamo z katalógu
- ▶ digitalizácia fondu

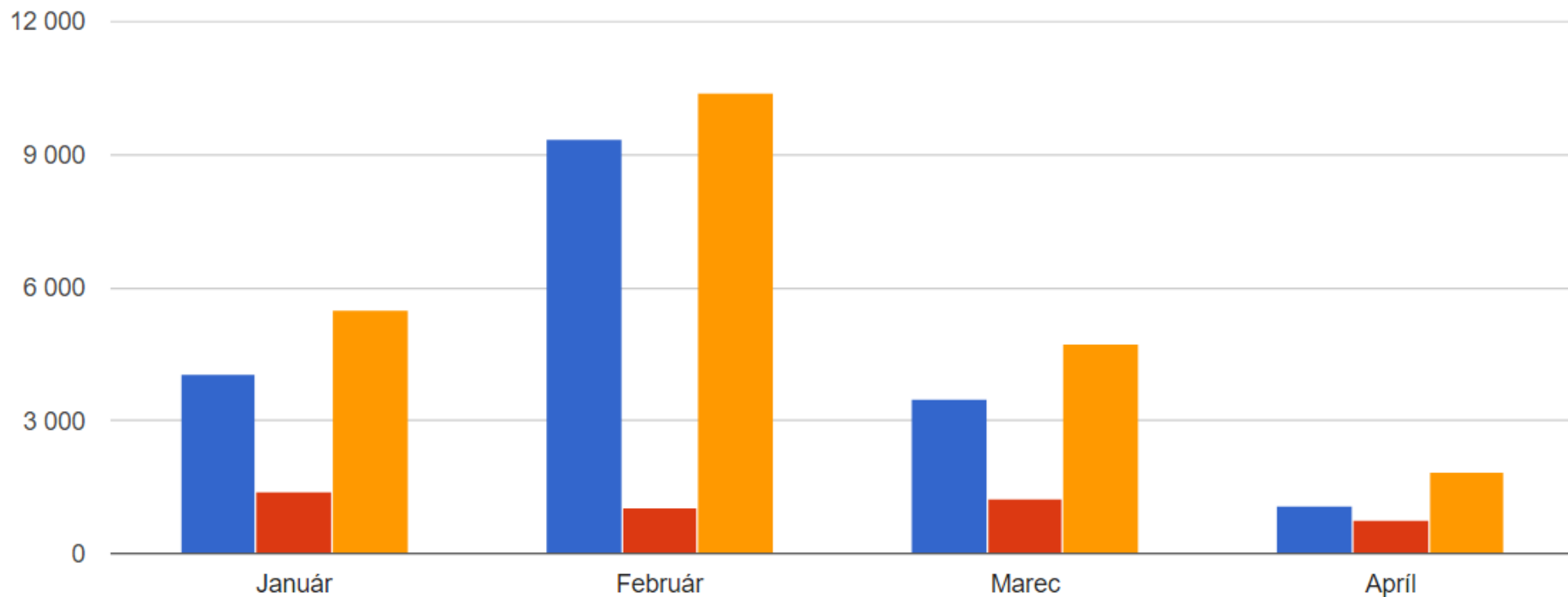
Elektronický prístup k fulltextom je limitovaný už len licenčnými podmienkami

Štatistiky Content Servera

Štatistika ukazuje počty záznamov podľa miesta, odkiaľ boli zobrazené. V štatistike je možné pomocou ponuky menu zmeniť zobrazovaný rok za tri roky späť.

Počet stiahnutých súborov v intranete/internete po mesiacoch

■ Intranet ■ Internet ■ Celkom



Vyber graf

Počet stiahnutých súborov v intranete/internete po mesiacoch

Vnímanie knižnice

Komunikácia

- ▶ nehovoriť „zastaralým“ jazykom a nútiť ho generácii, ktorá hovorí jazykom úplne novým
- ▶ plánovať a využívať interaktívne komunikačné platformy
- ▶ využívať **sociálne siete** – Facebook, Instagram

K dispozícii je veľké množstvo komunikačných kanálov, tak ich využime

10 zlatých pravidiel pre komunikáciu na sociálnych sieťach

1. poskytuj informácie a používaj linky
2. vizualizuj
3. buď pozitívny
4. buď prístupný z mobilu
5. buď vďačný a veľkorysý
6. buď komunikatívny a prijímaj kritiku
7. publikuj často, ale nespamuj
8. angažuj sa a zaangažuj aj komunitu
9. buď pozorný a empatický
10. buď autentický

Vnímanie knižnice

Priestory

- ▶ zmeniť **vnímanie knižnice ako miesta individuálnych aktivít** (následok historickej genézy)
- ▶ prispôbiť priestory potrebám mileniánov pracovať v tíme a v neformálnom prostredí

SEK: pre študentov zriadená oddychová zóna sa stala tak obľúbeným miestom, že na voľné miesta je „čakačka“ 😊



**CHILL-OUT
SPACE**

**SPACE
UČTY**
www.space.sk

SLOVENSKÁ Š
športovníka

Vnímanie knižnice

Priestory

SEK zrušila Študovňu záverečných prác a zriadila **Tímovku**

- ▶ vytvorené „hniezda“ na individuálne štúdium alebo tímovú prácu
- ▶ priestor pre realizáciu školení a aktivít informačného vzdelávania
- ▶ perspektíva možnosti rezervácie priestorov

Záverečné práce už len elektronicky









Informačné vzdelávanie

- ▶ nezabúdať na informačné vzdelávanie zamestnancov knižnice – najmä nové technológie a procesy

Menia sa formy vzdelávania - odporúča sa

formálne metódy	20%	kurzy, školenia
neformálne	80%	pracovné skupiny, práca na projektoch, brainstormingy

Informačné vzdelávanie

Hlad novej generácie po informáciách ukojíte iba informáciami

- ▶ **tvorba obsahu** – ukážte, ako služba alebo produkt zlepšia ich doterajší život a získajú skúsenosti, ktoré budú môcť zdieľať
- ▶ zamerajte sa na „**šitie na mieru**“
- ▶ poskytovať **kvalitné vedomosti** - inštruktážne videá, príspevky špecialistov na blogu, „Ako na to“, recenzie

Ak vytvoríte obsah s pohľadom experta, je slušná šanca, že **milenián zaberie**



Marketing - zmena foriem, prístupov a motivácií

Marketing vonkajší „**Z knižnice**“

Marketing vnútorný „**Do vnútra knižnice**“

- ▶ **nový prístup k zamestnancom** - mladá generácia viac hľadá zmysel organizácie
- ▶ väzba medzi mzdou a motiváciou k práci pri nastupujúcej generácii slabne
- ▶ oblasť ich motivácie sa stáva oveľa komplexnejším systémom

Marketing - zmena foriem, prístupov a motivácií

Hľadanie pozornosti - výzva, ktorej musíme čeliť

- ▶ sme nepretržite bombardovaní e-mailami, statusmi zo sociálnych sietí, online správami
- ▶ informácia, ktorú chceme šíriť je len 1 z tisícok

Informácia sa musí dostať na správne miesta a zarezonovať

Nástroje marketingu

► Propagácia a prezentácia

radšej budú zdieľať príspevok na Facebooku, než nosiť známym leták z nástenky

QR kódy na tlačенých letákoch a oznamoch

► Webová stránka

priebežne sledovať štatistiky návštevnosti a prístupov

► Sociálne siete

propagovať služby, aktivity knižnice a univerzity, zaujímavé články...

Manažment

Úloha manažéra - preformátovať svoj prístup

- ▶ zmysel vykonávanej práce je dôležitejší ako náplň
- ▶ naučiť sa komunikovať s mladšími kolegami
- ▶ uvoľňovať štýl riadenia k mentoringu a koučingu
- ▶ pre mladých zamestnancov je okrem pozície v tíme dôležité poznať aj kontext (čoho je súčasťou) a ako jeho činnosť dopĺňa činnosť ostatných

Tvorba hodnoty

Prvky pridanej hodnoty

- ▶ **výnimočnosť**
- ▶ **flexibilita**
- ▶ **jednoduchosť používania**
- ▶ **komfort a dobrý servis**
- ▶ **kreativita a inovatívnosť**
- ▶ **efektívna komunikácia**
- ▶ **empatia** - dobrý pocit, že niekto má o mňa záujem, že sa teší z toho, že mi pomohol vyriešiť problém alebo mi pomohol vyhnúť sa hroziacemu problému

Tvorba hodnoty

Prvky pridanej hodnoty

Využime časť zvyšovania hodnoty, ktorá nič nestojí 😊

**úsmev a ochota urobiť niečo (všetko) pre to,
aby sa používateľ dobre cítil
a mal záujem opakovane sa vracat'**

Tvorba hodnoty

- ▶ **Hodnota pre používateľov** – raz darmo, zákazník je kráľ 😊
- ▶ **Hodnota pre zriaďovateľa**
- ▶ **Hodnota pre zamestnancov**

Spokojnosť všetkých strán musí byť v rovnováhe



“

Ďakujem za pozornosť

”



SLOVENSKÁ EKONOMICKÁ
KNIŽNICA

Mgr. Jitka Kmeťová
Slovenská ekonomická knižnica
jitka.kmetova@euba.sk
<http://sek.euba.sk>
[Facebook.com/SEK.EUBA](https://www.facebook.com/SEK.EUBA)