

# Organizacija rada neprofitnih organizacija - analiza studija slučaja

---

Kiš, Andrea

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:920615>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-30**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU  
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU  
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT  
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ KULTURE, MEDIJA I  
MENADŽMENTA

ANDREA KIŠ

**ORGANIZACIJA RADA NEPROFITNIH  
ORGANIZACIJA – ANALIZA STUDIJA SLUČAJA**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

Doc. dr. sc. Marta Borić Cvenić

SUMENTOR:

Marija Tolušić, univ. spec. oec., v. predavačica

Osijek, kolovoz 2023.

# SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. KARAKTERISTIKE NEPROFITNIH ORGANIZACIJA.....	2
2.1. Razlika između profitnih i neprofitnih organizacija .....	2
2.2. Cilj neprofitnih organizacija .....	3
2.3. Upravljanje.....	3
2.4. Financiranje.....	4
2.5. <i>Fundraising</i> .....	6
3. ULOGA KNJIŽNICA.....	8
3.1. Knjižnična djelatnost .....	8
3.2. Upravljanje radom knjižnica .....	10
3.3. Razine upravljanja .....	11
4. KULTURNI CENTRI.....	12
4.1. Centar za kulturu Čepin .....	12
5. KNJIŽNICA CENTRA ZA KULTURU ČEPIN.....	13
5.1. Povijest.....	13
5.1. Prostor i oprema.....	13
5.2. Misija i vizija .....	14
5.3. Ciljevi.....	16
5.4. Članstvo i uvjeti korištenja .....	18
5.5. Knjižnična građa .....	19
5.6. Upravljanje i rad knjižničara.....	20
5.7. Financijski planovi Knjižnice Čepin.....	21
5.7.1. Izvori financiranja .....	21
5.7.2. Prihodi.....	22
5.7.3. Rashodi .....	23
6. MARKETING I OGLAŠAVANJE .....	26
6.1. Marketing neprofitnih organizacija.....	26
6.2. Marketing Knjižnice Čepin.....	29
6.3. Neformalno obrazovanje.....	32
6.4. Čitateljski klub <i>Ključ</i> .....	33
7. ZAKLJUČAK .....	34
8. LITERATURA .....	35
9. PRILOZI .....	38

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU  
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

**IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI**

kojom ja Andrea Kiš potvrđujem da je moj završni rad pod naslovom „Organizacija rada neprofitnih organizacija – analiza studija slučaja“ te mentorstvom doc. dr. sc. Marte Borić Cvenić i sumentorstvom univ. spec. oec. Marije Tolušić rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanove.

U Osijeku, 19. rujna 2023.

Potpis

---

## SAŽETAK

Knjižnice su organizacije koje svojom djelatnošću obogaćuju kulturni život ljudi, potiču i podržavaju obrazovanje, informiranje, čitanje te socijalizaciju. Često nismo svjesni činjenice kako je knjižnica jedna od glavnih institucija koja nas prati kroz obrazovanje, ali i kroz cijeli život. Djelovanje knjižnice, njezini zadatci te načini financiranja, oglašavanja i privlačenja korisnika pokazani su na primjeru Knjižnice Općine Čepin.

Knjižnica Čepin narodna je knjižnica koja, osim što osebujnim izgledom privlači korisnike, priređuje brojne aktivnosti za djecu i odrasle, a trud djelatnika vidljiv je kroz sve veći broj korisnika u zadnjih nekoliko godina. Knjižnica ima veliku društvenu odgovornost u provođenju društvenih promjena, ali i u očuvanju stabilnosti društva, odnosno lokalne zajednice.

**Ključne riječi:** knjižnica, knjižnica Čepin, neprofitne organizacije, neformalno obrazovanje

## **ABSTRACT**

Libraries are organizations that enrich people's cultural life with their activities, encourage and support education, information's, reading and socialization. We are often not aware of the fact that the library is one of the main institutions that accompanies us through education, but also throughout life. The operation of the library, its tasks, methods of financing, advertising, and methods of attracting users are shown on the example of the Čepin Library.

The Čepin Library is a public library that, in addition to attracting users with its distinctive appearance, organizes numerous activities for children and adults, and the efforts of the staff are visible through the increasing number of users in the last few years. The library has a great social responsibility, both in implementing social changes and in preserving the stability of society, that is, of the local community.

**Keywords:** library, Čepin Library, non-profit organizations, non-formal education

## 1. UVOD

Knjižnice su neprofitne organizacije koje imaju veliku ulogu u životu i obrazovanju svakog pojedinca. S knjižnicama se upoznaje vrlo rano, još u najranijoj školskoj dobi, te nas prate kroz odrastanje do kraja obrazovanja, a mnoge i kroz kasniju životnu dob. Uloge knjižnice su brojne, a rad i djelovanje knjižnice teško je opisati jedinstvenom definicijom.

Iako je glavni zadatak svake knjižnice prikupljanje i čuvanje građe, knjižnice nisu samo ustanove u kojima se čuvaju knjige. One su jedne od važnijih kulturnih ustanova koje spajaju znanje, socijalizaciju, komunikaciju, dostupnost informacija, znanost i kulturu.

Svako veće mjesto u Republici Hrvatskoj ima svoju narodnu knjižnicu. Najveće selo u Hrvatskoj, Čepin, nalazi se 10 km jugozapadno od grada Osijeka, a prostire se na površini od 106 km<sup>2</sup>. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, Općina Čepin imala je preko 11 tisuća stanovnika raspoređenih u 5 naselja – Beketinci, Čepin, Čepinski Martinci, Čokadinci i Livana. Općina Čepin bogata je kulturnim događanjima i poznata po modernoj, opsežnoj knjižnici koja organizira brojne događaje. U samom centru Čepina nalazi se zgrada Kulturnog centra u kojoj je smještena Knjižnica, navodi se na službenoj internetskoj stranici općine Čepin.

Kulturni centar Čepin je komunikacijsko i informacijsko središte Općine Čepin koje okuplja mještane te pruža razonodu, znanje i interakciju, a ujedno spaja pojmove kulture i društva. Kulturni život Općine je bogat i raznovrstan te spaja generacije. Knjižnica je jedina profesionalna i kulturna ustanova u Općini Čepin, a djeluje u sustavu Centra za kulturu Čepin kao općinska narodna knjižnica. Upisana je u Upisnik knjižnica u Republici Hrvatskoj kojeg vodi Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu.

Ovaj završni rad fokusiran je na rad narodne knjižnice u Čepinu. Jedan od glavnih ciljeva rada je proučiti i prikazati djelovanje Knjižnice, njezine izvore financiranja, način rada, istražiti tko upravlja radom knjižnice te istaknuti vrijedan rad djelatnika. Knjižnica Čepin diči se bogatom građom te brojnim radionicama posvećenima djeci, kao i korisnicima odrasle dobi. Stoga je struktura rada oblikovana kroz sedam poglavlja. U prva četiri poglavlja teorijski je prikazan rad i važnost neprofitnih institucija, odnosno knjižnica, a u ostalim poglavljima dan je osvrt na rad i funkcioniranje knjižnice u Čepinu.

## 2. KARAKTERISTIKE NEPROFITNIH ORGANIZACIJA

Neprofitna organizacija je ona čiji je cilj nešto drugo, a ne stjecanje profita za svoje vlasnike. Ova se definicija temelji na razlici između dvije vrste organizacija – profitnih i neprofitnih (Rukavina 1994: 85).

Neprofitne organizacije, za razliku od profitnih, postižu uspjehe u skladu s raspoloživim novčanim prihodima. One ne mjere uspješnost poslovanja kroz profit i zaradu, nego kroz svoje aktivnosti i broj korisnika. Budući da je ovaj način financiranja specifičan, uspjeh je teško mjerljiv i teško je odabrati mjerilo uspješnosti.

„Neprofitne organizacije su one organizacije koje služe ostvarivanju nekog određenog javnog interesa, ali im osnovna svrha postojanja nije ostvarivanje profita“ (Pavičić 2001: 22).

Neprofitne organizacije, kao što su knjižnice, muzeji i arhivi, za svoj rad kontinuirano dobivaju novčana sredstva iz državnog proračuna, te su za dobivena sredstva dužni polagati račune i davati izvješća financijeru, odnosno osnivaču.

### 2.1. Razlika između profitnih i neprofitnih organizacija

Rukavina u svom radu *Karakteristike neprofitnih i neprofitabilnih organizacija u odnosu na profitne i profitabilne organizacije* (1994) navodi sljedeće:

„Iz navedenog možemo zaključiti da se neprofitne organizacije u odnosu na profitne razlikuju u sljedećim značajkama:

- ne postoje mjerila uspješnosti izražena kroz kategoriju profita,
- porezi su diferencirani,
- postoji tendencija k uslužnim organizacijama (djelatnostima),
- u poslovnoj politici su ograničeni ciljevi i strategije,
- postoji ovisnost o novčanoj potpori,
- dominiraju profesionalci,



- metodama, sustavima i razinama upravljanja,
- većoj razini političkog utjecaja,
- nema adekvatnu menadžersku kontrolu.“

U sljedećem potpoglavlju istaknuti su ciljevi neprofitnih organizacija.

## 2.2. Cilj neprofitnih organizacija

Nadalje, kako navodi Rukavina (1994: 86), u neprofitnim institucijama nema objektivne analize tijeka aktivnosti. Članovi upravljačkog tima vrlo često se ne slažu u pogledu važnosti pojedinih ciljeva jer ne postoji profit kao kvantitativno mjerilo uspješnosti poslovanja. Kako navodi Rukavina (1994: 88), većina neprofitnih organizacija nema slobodu izbora strategija do zacrtanih ciljeva. Primjerice, državna uprava očekuje usluge i rezultate od prosvjete, policije i drugih institucija koje dijelom financira.

Glavni cilj neprofitnih organizacija je pružanje usluga. Aktivnosti je vrlo teško, gotovo nemoguće, mjeriti. Uspjeh učilišta i fakulteta ovisi o marljivosti i radu studenata, a te se karakteristike teško mjere, kao i zadovoljstvo korisnika knjižnicama ili kazalištima.

Primjerice, glavni cilj knjižnica je velika posjećenost korisni. Uspjeh, dakle, nije financijska dobit nego što veća posjećenost od koje knjižnica nema financijsku korist. Strategije u neprofitnim organizacijama su ograničene te ovise o sredstvima koje imaju na raspolaganju i menadžerskim odlukama davatelja usluga.

U sljedećem potpoglavlju govori se o upravljanju neprofitnih organizacija.

## 2.3. Upravljanje

Dok u profitnim organizacijama glavnu riječ imaju dioničari ili vlasnici, Rukavina (1994: 89) navodi da u neprofitnim organizacijama odnos poslovne odgovornosti nije uvijek jasan. Odluke ne donosi samo čelnik, nego i članovi upravnog vijeća koji za svoj rad ne dobivaju naknadu.

U profitnim organizacijama je stvar jasna – na čelu je direktor koji snosi odgovornost i donosi odluke. S druge strane, u neprofitnim organizacijama voditelj organizacije ne mora snositi punu odgovornost. Upravljačka vijeća, odnosno njihovi članovi, donose odluke. Vijeća često nisu u potpunosti upoznata s radom organizacije i dovoljno stručna jer je njihov sastav nerijetko biran i po političkom načelu.

U sljedećem potpoglavlju navode se izvori financiranja u neprofitnim organizacijama.

## 2.4. Financiranje

Neophodna financijska sredstva nužna za provođenje planiranih i potrebnih aktivnosti, neprofitne organizacije mogu osiguravati iz:

- 1) privatnih izvora – donacije gospodarskih subjekata i građana,
- 2) javnih izvora – državne dotacije koje daju Vlada, županije, gradovi i općine,
- 3) članarina – sredstva koja daju članovi pojedinih organizacija te
- 4) stranih izvora – sredstva iz inozemnih programa namijenjenih razvoju civilnoga društva (Bežovan 2005: 138).

Prema *Zakonu o knjižnicama i knjižničnoj djelatnosti* (NN 17/2019), sredstva za rad knjižnica osigurava osnivač. Ona uključuju sredstva za plaće, sredstva za nabavu građe, sredstva za program, materijalne izdatke, stalno stručno usavršavanje knjižničarskih djelatnika te sredstva za zaštitu knjižnice građe, kao i sredstva za investicije i investicijsko održavanje.

Sredstva za posebne programe osigurava osnivač, ovisno o svom interesu i interesu tijela državne uprave u čijem je djelokrugu program koji se ostvaruje, kao i o interesu jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave na području na kojem se program ostvaruje te druge fizičke i pravne osobe. Sredstva za rad knjižnica osiguravaju se i iz vlastitih prihoda, sponzorstvima, darovanjima i na drugi način u skladu sa *Zakonom*.

Sredstva koja knjižnice mogu prikupljati imaju tri osnovna oblika:

- 1) darovi u naravi,

- 2) novčani darovi,
- 3) darovi u osobnom radu (volontiranje).

Darovi u naravi odnose se na povećanje fonda i knjižnične građe, prikupljanje knjiga, časopisa, fotografija, umjetničkih slika i sl. Mogu uključivati i ostale darove kao što su oprema, zemljišta i zgrade. Većina neprofitnih organizacija oslobođena je poreza na dobit što znači da te organizacije svoju dobit ne ostvaruju proizvodnom djelatnošću (Balog 2010: 48).

Za neprofitne organizacije ključno je ekonomično poslovanje koje im omogućuje manje troškove, odnosno rashode koji su manji od prihoda. Tako pospješuju poslovanje, a preostala sredstva mogu uložiti u razvoj, obrazovanje djelatnika, nabavu građe, pričuvni kapital i sl. U mnogim državama su državna uprava, dobrotvorne i vjerske organizacije te znanost i obrazovanje oslobođeni općinskog poreza, a negdje čak i poreza na promet proizvoda i usluga.

Neke neprofitne organizacije pribavljaju prihode prodajom ili iznajmljivanjem svojih manje iskorištenih prostora ili istraživačkih laboratorija te na tržištu pronalaze svoj put kroz pružanje boljih usluga i tako se financiraju. Druge neprofitne organizacije su organizacije na javnoj potpori. Kod njih se prihod stječe iz proračuna, zaklada, darovnica, fondova, školarina i drugih prigoda. Danas se financijske sredstva nerijetko osiguravaju i uključivanjem u različite projekte i natječaje.

Pomoću navedenih prihoda osiguravaju se sredstva za:

- plaće i naknade djelatnika,
- znanstveni i stručni rad,
- pokriće materijalnih troškova,
- rad administrativnih i pomoćnih službi,
- razvoj i ulaganje.

Sredstva organizacija na javnoj potpori (npr. knjižnica) definirana su proračunom i mogu se koristiti samo namjenski (Rukavina 1994: 89).

Neprofitne organizacije donose godišnji program rada i financijski plan. Financijskim planom prihode i rashode treba planirati prema vrstama iz računskog plana neprofitnih organizacija kako bi tijekom godine bilo moguće pratiti njihovo ostvarivanje (Mahaček 2015: 214).

Dukić i Sopka (2013: 16) navode da financijska sredstva malih knjižnica često nisu dostatna za realizaciju osnovnih knjižničnih aktivnosti s obzirom na to da se u knjižnicama više ne posuđuju samo knjige i časopisi, već i audiovizualna i elektronička građa. Dužnost suvremenih knjižnica nije samo omogućiti pristup računalima i internetu, nego i pružanje cjelovitih usluga, uključujući informacijsko opismenjavanje.

U sljedećem potpoglavlju ističe se važnost *fundraisinga* kao načina prikupljanja sredstava koji pospješuje rad neprofitnih organizacija.

## 2.5. *Fundraising*

Kako je navedeno, knjižnice se najvećim djelom financiraju iz državnog proračuna. Nažalost, ta sredstva su često nedovoljna za ostvarenje određenih ciljeva, te se moraju prijavljivati na brojne javne natječaje na kojima se bore za sve manji raspoloživi iznos sredstava. *Fundraising* je termin koji se koristi ako bi opisali aktivnost prikupljanja sredstava za djelovanje neprofitnih organizacija. Ova aktivnost obogaćuje organizaciju i pojedinca, ali pridonosi i nacionalnom razvoju i razvoju kreativnosti.

U prikupljanju sredstava iz privatnih izvora knjižnice su tek u svojim počecima. U hrvatskoj kulturi poznat je nedostatak društvene filantropije<sup>1</sup> i donatorstva. Još jedan razlog je manji broj bogatih ljudi koji bi ulagali financijska sredstva u razvoj knjižnica. Balog (2010: 47) navodi da je otežavajuća okolnost činjenica da sve donedavno hrvatsko zakonodavstvo nije poticalo davanje donacija, nego ga je, naprotiv, oporezivalo.

“*Fundraising* knjižnica je aktivnost kojom neka knjižnica u svom poslovnom pristupu od moguće skupine donatora prikuplja sredstva koja planira koristiti za financiranje svojih djelatnosti, odnosno pojedinih programa i projekata. Ova djelatnost nerijetko se smatra istovremeno i umijećem i znanošću: dok se umijećem razvijaju i njeguju odnosi s ljudima, znanost koristi

---

<sup>1</sup> Filantropija, čovjekoljublje; ponašanje kojem su poticaj humanitarne pobude; djelatnost za dobrobit drugih ljudi, npr. dobrotvorni rad, zaklade, donacije i dr. U povijesti filozofije, stoičko načelo ljubavi prema ljudskom biću.

egzaktne podatke kojima se istražuju i testiraju modeli u cilju prikupljanja sredstava za postignuće ciljeva organizacije” (Balog 2010: 48).

Knjižnice trebaju primjenjivati nove i moderne metode kako bi došle do novih donatora i sponzorstava. S novim i uspješnim suradnjama, neće se obogatiti samo financijski, već će i povećati ugled u zajednici i samopoštovanje, potaknuti bolju suradnju s drugim institucijama i sl.

### 3. ULOGA KNJIŽNICA

Knjižnica se definira kao „kulturalna i informacijska ustanova koja, slijedeći općeprihvaćene ciljeve društva i načela stručnoga rada, odabire, nabavlja, obrađuje, u fizičkome i obavijesnom smislu sređuje te čuva i daje na korištenje knjižničnu građu, a preko organiziranih službi pruža raznolike usluge aktivnim i potencijalnim korisnicima“ (Tadić, 1994: 2).

Kako navodi mrežno izdanje hrvatske enciklopedije, prema sadržaju svojih zbirki knjižnice se dijele na opće (nacionalne, sveučilišne i gradske) i specijalne (medicinske, tehničke, znanstvene, glazbene i sl.), a prema namjeni i korištenju na privatne i javne knjižnice (nacionalne, narodne, sveučilišne, školske, znanstvene i sl.). Knjižničnu građu sustavno odabire, prikuplja, stručno obrađuje, pohranjuje, zaštićuje, priprema i daje na korištenje (čitanje, učenje, stručno i znanstveno istraživanje) stručno osoblje, odnosno knjižničari (bibliotekari).

U sljedećem potpoglavlju navodi se važnost knjižnične djelatnosti.

#### 3.1. Knjižnična djelatnost

Knjižnična djelatnost je od interesa za Republiku Hrvatsku te se obavlja kao javna služba koju obavljaju knjižnice. Knjižnice se osnivaju kao javne ustanove ili kao ustanove (samostalne knjižnice). Prema uvjetima propisanim zakonom, knjižničnu djelatnost mogu obavljati ustanove i druge pravne osobe.

„Samostalne knjižnice kao javne ustanove mogu osnovati Republika Hrvatska, županije, Grad Zagreb, gradovi i općine. Samostalne knjižnice mogu osnovati i druge pravne i fizičke osobe. Više osnivača može zajednički osnovati samostalnu knjižnicu, a međusobna prava i obveze se pri tome uređuju ugovorom“ (Antolović 2009: 40).

Knjižnična djelatnost obuhvaća (*Zakon o knjižnicama i knjižničnoj djelatnosti*, čl. 6, NN 17/2019):

- „nabavu knjižnične građe i izgradnju knjižničnih zbirki,

- stručnu obradu knjižnične građe prema stručnim standardima, što uključuje izradu informacijskih pomagala u tiskanom i/ili elektroničkom obliku,
- pohranu, čuvanje i zaštitu knjižnične građe te provođenje mjera zaštite knjižnične građe koja je kulturno dobro,
- pružanje informacijskih usluga, posudbu i davanje na korištenje knjižnične građe, uključujući među knjižničnu posudbu,
- digitalizaciju knjižnične građe,
- usmjeravanje i podučavanje korisnika pri izboru i korištenju knjižnične građe, informacijskih pomagala i drugih izvora,
- vođenje dokumentacije i prikupljanje statističkih podataka o poslovanju, knjižničnoj građi, korisnicima i o korištenju usluga knjižnice,
- prikupljanje statističkih podataka vezanih uz provedbu propisa kojima se uređuju autorska prava i srodna prava,
- prikupljanje kulturnih, informacijskih, obrazovnih i znanstvenih sadržaja i programa te
- obavljanje i drugih poslova sukladno *Zakonu*“.

Iako *Zakon* jasno definira uloge i rad knjižnica, postoji segment rada knjižnica koji se ne može definirati. Knjižnica može imati veliki utjecaj na intelektualni i kulturni razvoj pojedinca, kao i na njegovo emotivno sazrijevanje. Knjižnice, uz mnogo truda i rada, mogu postati drugi dom pojedinca.

“Cjelovito poslovanje knjižnica i knjižničarstva obuhvaća tri osnovna područja. Prvo, sada već tradicionalno područje društvenog poslovanja knjižnica odnosi se na postojeće i moguće korisnike knjižničnih i informacijskih usluga, a drugo na postojeće i moguće izvore knjižničnih zaliha. Treće područje cjelovitog poslovanja knjižnica i knjižničarstva odnosi se na općeniti utjecaj na svo šire i uže okruženje, društvenu zajednicu, odnosno, na razna područja vlastitih utjecaja na interesne sfere zbog postizanja vlastitih ciljeva“ (Balog 2010: 45).

U sljedećem potpoglavlju navode se načela upravljanja radom knjižnica.

### 3.2. Upravljanje radom knjižnica

Balog (2018: 85) navodi da se knjižnice kao javne ustanove moraju sve brže prilagođavati okolini zbog dinamičnijeg društvenog okruženja i napretka tehnologije. Knjižnice se moraju prilagođavati jednakom brzinom kojom se prilagođavaju ostale institucije društva i države. Te prilagodbe, naime, nisu nagle, imperativne i sveobuhvatne, i to iz najmanje dva razloga:

- zbog društvenog značaja knjižnične djelatnosti i
- stabilnosti izvora njihova financiranja.

Knjižnice imaju dug vijek postojanja te su kroz vrijeme mijenjale upravljačke procese kako bi ustanovile današnji model upravljanja. Za današnji model može se reći da je stabilan.

Antolović (2009: 41) navodi da samostalnom knjižnicom upravlja upravno vijeće koje se sastoji od 3 ili 5 članova. Broj članova, njihov mandat, donošenje odluka i sl. uređuju se aktom o osnivanju i statutom knjižnice. Knjižnicom koja ima do 5 zaposlenih upravlja ravnatelj.

Upravno vijeće donosi programe za rad i razvitak knjižnice, upravlja radom knjižnice, donosi financijski plan i druge odluke na temelju statuta. Ravnatelj samostalne knjižnice organizira i vodi rad knjižnice, predlaže godišnji plan, zastupa knjižnicu i sl. Za uspješno upravljanje ključne su ažurne, potpune i cjelovite informacije.

“Imajući u vidu višestoljetnu tradiciju djelovanja, knjižnice djeluju prema određenim i ustaljenim općim načelima prema kojima se ravnaju javne ustanove. Ta načela mogu se posredno iščitati iz slova i duha *Zakona o ustanovama* i *Zakona o knjižničnoj djelatnosti* te dokumenata međunarodnih knjižničnih organizacija, primjerice IFLA-e.<sup>2</sup>

Ona su sljedeća:

- načelo neprekidnosti poslovanja,
- načelo dužnosti pružanja knjižničarskih usluga svima koji to zatraže,
- načelo jednakosti korisnika knjižničarskih usluga u njihovim pravima i odgovornostima,

---

<sup>2</sup> IFLA (akronim od engl. *International Federation of Library Associations and Institutions*), Međunarodna federacija knjižničarskih društava i ustanova: samostalna nevladina i neprofitna organizacija koja zastupa interese knjižničara i njihovih korisnika u cijelome svijetu. Osnovana je 1927. u Edinburghu.



- načelo odsutnosti merkantilnosti (trgovačkog načela) u knjižničnom poslovanju te
- načelo prilagodljivosti poslovanja potrebama korisnika.

Prema navedenom, knjižnice imaju sva potrebna obilježja javnih ustanova. Slijedom toga može se tvrditi da je djelovanje knjižnica, u formalnom i materijalnom smislu, javna služba koja se organizira i koja funkcionira u zakonodavnim okvirima predviđenima za ustanove” (Balog 2018: 79).

Sljedeće potpoglavlje pojašnjava tri razine upravljanja radom knjižnica.

### 3.3. Razine upravljanja

Kao i druge javne ustanove, knjižnice imaju tri razine upravljanja. Prva razina upravljanja je opća, a odnosi se na sve knjižnice u državi. Ovaj način upravljanja u nadležnosti je zakonodavca, tj. Hrvatskoga sabora. Sabor upravlja knjižnicama neposredno i posredno. Neposredno se odnosi na donošenje zakona i drugih propisa vezanih za knjižnični sustav. Posredno upravljanje obavlja se preko tijela državne uprave (npr. Vlade Republike Hrvatske, resornog ministarstva, Hrvatskog knjižničkog vijeća...). Ovlaštena tijela donose pravilnike, planove, strategije razvoja, odluke, upute, smjernice i sl. Ujedno obavljaju upravni nadzor nad zakonitošću rada.

Druga razina upravljanja je posebna jer se odnosi na pojedinačne knjižnice. U nadležnosti je osnivača pojedine knjižnice, primjerice jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave. Osnivač upravlja knjižnicom neposredno i posredno.

Treća razina upravljanja knjižnicama je pojedinačna jer se odnosi na pojedinačne knjižnice te ima operativni karakter. U nadležnosti je upravnih vijeća knjižnice. Ovaj način upravljanja odnosi se na donošenje pravilnika, akata, financijskog proračuna, godišnjih financijskih izvješća, imenovanje ravnatelja knjižnice i slično (Balog 2018: 88).

## 4. KULTURNI CENTRI

Kulturni centri su institucije koje okupljaju veliki broj korisnika sa zajedničkim interesima, a često organiziraju brojne sadržaje i aktivnosti. Glavni cilj ovakvih institucija je okupiti i povezati što veći broj korisnika kroz programske sadržaje. Kulturni centri mogu provoditi aktivnosti u brojnim područjima kao što su edukacijske radionice, čitateljski klubovi, kulturno umjetnička društva i slično.

Žiljak (2003: 1104) tvrdi da su centri za kulturu u 70-im godinama postali nova "žarišta" kulture. Glavna zadaća kulturnog centra je društvena integracija na razini lokalne zajednice. Centri su dobili brojne funkcije, bili su stvaralačke radionice u kojima se trebala stvarati samosvijest svih radnika i građana.

Nadalje, navodi da danas brojne kulturno-obrazovne ustanove i organizacije djeluju u gradskim četvrtima i lokalnim zajednicama. U različitim državama nose i različite nazive: centri za kulturu, komunalni kulturni centri, centri za kulturu i informiranje, centri za kulturu i obrazovanje, međunarodni centri, narodna sveučilišta, otvorena sveučilišta, domovi kulture itd. Spektar djelatnosti im je širok, ali u svima dominiraju kultura i obrazovanje. Važni ciljevi kulturnog centra su jačanje kulturnog napretka lokalne zajednice, osnaživanje (pri)gradskog susjedstva, građenje povjerenja, solidarnosti, stvaralačkog istraživanja, jačanje unutrašnjih veza, očuvanje različitosti i sl.

U sljedećem potpoglavlju navodi se primjer rada Kulturnog centra, točnije obrađuje se studija slučaja Centar za kulturu Čepin.

### 4.1. Centar za kulturu Čepin

Centar za kulturu Čepin nalazi se u samom centru Čepina, na adresi Kralja Zvonimira 96. Na stranici *Mreža hrvatske kulture* navodi se da je u sudskom registru Trgovačkog suda u Osijeku promijenjen naziv 8. svibnja 1996. godine iz Centra za kulturu "Polet" Čepin u Centar za kulturu Čepin, u čijem je sastavu je i danas općinska narodna knjižnica.

## 5. KNJIŽNICA CENTRA ZA KULTURU ČEPIN

U ovom poglavlju govori se o povijesti Centra za kulturu Čepin, o prostoru i opremi, ali i o misiji i viziji koje Knjižnica u svom svakodnevnom radu ističe. U ovom poglavlju također su navedeni ciljevi Knjižnice, načini nabave knjižnične građe kao i načini financiranja. Sljedeće potpoglavlje odnosi se na povijest Knjižnice.

### 5.1. Povijest

Kulturnu djelatnost do 1995. godine u Čepinu paralelno su provodile dvije knjižnice – Hrvatska čitaonica “Matija Gubec” Čepin i Knjižnica Centra za kulturu “Polet”. Nakon pridruživanja knjižnica 1996., djeluje općinska narodna knjižnica pri Centru za kulturu Čepin.

Knjižnica se od 1961. godine nalazi u sustavu Centra za kulturu Čepin te svoju djelatnost obavlja kao jedina profesionalna ustanova Centra za kulturu Čepin, navedeno je na internetskoj stranici Centra za kulturu Čepin.

Sljedeće potpoglavlje pobliže predstavlja prostor i dostupnu opremu Knjižnice.

### 5.1. Prostor i oprema

Na službenim internetskim stranicama navedeno je da se Knjižnica nalazi na katu Centra za kulturu, a prostire se na 182 m<sup>2</sup>. Posudbeni odjel za djecu i mlade izdvojen je od posudbenog odjela za odrasle. Knjižnica sadrži i suvremenu čitaonicu opremljenu laptopima za korisnike. Čitaonica se koristi i za brojne programe te raznovrsne aktivnosti koje Knjižnica organizira kao glavna kulturna ustanova u Čepinu.

Osim slobodnog korištenja računala/laptopa, korisnici mogu koristiti *Clevy Maestro*<sup>3</sup> paket za disleksiju – alat za rad s djecom s teškoćama u čitanju. Zavičajna zbirka te zbirka starih i rijetkih knjiga (s vrijednim nakladničkim cjelinama i BDI zbirkom) smještena je u posebnoj prostoriji.

Zgrada Knjižnice smještena je u samom centru Čepina, uz Osnovnu školu Miroslava Krleže. Ispred zgrade se nalazi veliki parking za korisnike Knjižnice.

U sljedećem potpoglavlju istaknuti su misija i vizija Knjižnice Čepin.

## 5.2. Misija i vizija

Kako se navodi na službenim internetskim stranicama Centra za kulturu Čepin, Knjižnica je obavijesno središte, a njezine službe zasnivaju se na jednakosti pristupa svima, bez obzira na dob, spol, profesiju, društveni i drugi status. Cilj knjižnice je zadovoljavanje kulturnih i rekreativnih potreba stanovništva, poticanje i širenje općeg obrazovanja, poticanje stručnog i znanstvenog rada, informiranja, odlučivanja i demokratizacije društva.

**Misija** svake organizacije mora biti motivirajuća i razumljiva te objašnjavati svrhu postojanja i zadatke organizacije. Misija Knjižnice Čepin nalazi se na službenim internetskim stranicama te glasi:

„Misija je knjižnice omogućiti svojim korisnicima daljnje napredovanje u znanju i kreativnosti za dobrobit zajednice. Temeljni je zadatak Knjižnice posredovanje informacija u skladu s obrazovnim, opće informacijskim, kulturnim i rekreacijskim potrebama korisnika.“

U dokumentu *Strateški plan 2021.-2024.* dostupna je iscrpna definicija misije Knjižnice – osiguravanje čitateljima Općine Čepin mogućnosti napredovanja u stjecanju kreativnosti, inovativnosti, originalnosti, ali i znanja za dobrobit zajednice. Jedan od glavnih zadataka je pružanje informacija, odnosno omogućavanje pristupa informacijama u skladu s obrazovnim, opće informacijskim, kulturnim i rekreacijskim potrebama korisnika. Zadatak djelatnika je zadovoljiti

---

<sup>3</sup> *Maestro*, program za učenje čitanja, pisanja i korištenja tipkovnice koji se savršeno podudara s *Clevy* tipkovnicom. Sastoji se od aktivnosti učenja slova, riječi i brojeva. Aktivnost koja prati tradicionalne metode opismenjavanja.

potrebe korisnika s ažurnim i profesionalnim uslugama kojima se potiče čitanje, pridonosi nepristranoj educiranosti i osviještenosti građana te obrazovanju i bogaćenju kulturnoga života svakog pojedinca u zajednici.

**Vizija** se definira kao slika budućnosti, ona mora biti jasna i inspirativna te biti nit vodilja organizacije. Vizija Knjižnice Čepin ([czk-cepin.hr](http://czk-cepin.hr)) e kako slijedi:

„Paralelno s tekućim poslovanjem, Knjižnica razvija viziju svog razvoja u bližoj i daljoj budućnosti. Planovi su podijeljeni na dugoročne i kratkoročne.“

U dokumentu *Strateški plan 2021.-2024.* navodi se da će se uloga knjižnice u sljedećih nekoliko godina znatno povisiti jer je Knjižnica lokalno, obrazovno i informacijsko središte koje omogućava pristup kulturnom i intelektualnom kapitalu. Suvremena knjižnica stoga treba biti:

- “- mjesto slobodnog pristupa cjelokupnom znanju
- mjesto cjeloživotnog učenja
- kulturno središte i mjesto susreta građana lokalne sredine
- čimbenik gospodarskog i društvenog razvoja, lokalne zajednice i društva u cjelini
- čimbenik koji znatno utječe na poboljšanje kvalitete života građanina i pojedinca u svakom mjestu
- mjesto gdje se prikupljaju, organiziraju i daju na korištenje informacije prema potrebama korisnika na različitim medijima
- mjesto koje je povezano s drugim knjižnicama i ustanovama u kulturi te na taj način osigurava pristup lokalnim, regionalnim i globalnim izvorima znanja i informacija“.

Jasna misija i vizija ključne su za napredak rada Knjižnice. Kao takve, izvrsno su sročene te naglašavaju težnju za općim napretkom. Knjižnica je kroz vrlo kratak period napravila velike iskorake u radu te ne sumnjamo u buduće ostvarivanje navedenih vizija.

U sljedećem potpoglavlju navode se opći i posebni ciljevi Knjižnice.

### 5.3. Ciljevi

U strateškom planu (2021. – 2024.) Centra za kulturu Čepin navedeni su ciljevi koje Knjižnica želi ostvariti te se navode u nastavku.

#### **Opći cilj 1. – Prostor i opremanje knjižnice**

Prostor knjižnice kroz godine se modernizirao, a kao važan dio narodne knjižnice, trebao bi zadovoljavati potrebe korisnika, smještaj knjižnične građe te svakodnevni rad djelatnika. Prostor treba biti suvremeno i moderno opremljen kako bi bio prepoznat u lokalnoj zajednici, ali i u široj regiji. Isto tako, prostor treba biti funkcionalan za smještaj knjižničnih zbirki i funkcioniranje usluga koje nudi knjižnica.

##### Posebni cilj 1.1. Automatizacija i informatizacija poslovanja Knjižnice

U modernom svijetu, automatizacija i informatizacija Knjižnice su nužne. Najveće promjene u poslovanju knjižnica nastale su zbog naglog razvoja tehnologije. Korisnici knjižnice su informatički pismeniji u odnosu na prethodne generacije. Bolju dostupnost knjižnične građe omogućava korištenje novih tehnologija koje knjižnica posjeduje. Kako bi knjižnica bila u korak s vremenom i napretkom tehnologije, potrebno je osiguravati neprestanu edukaciju djelatnika, kao i odgovarajuću opremu. Potrebna je nabava i opremanje *online* kataloga, uključujući nabavu nove informatičke opreme.

#### **Opći cilj 2. – Korisnici i knjižnične usluge**

Jedan od glavnih ciljeva Knjižnice je poduzeti napore kako bi se broj novih korisnika povećao. Cilj je okupiti zajednicu, ali i zadržati besplatan upis u Knjižnicu za određene kategorije.

##### Posebni cilj 2.1. Odgojno – obrazovna djelatnost

Jedna od glavnih uloga Knjižnice je podupirati učenje, čitanje i stjecanje svih vrsta pismenosti. Knjižnični djelatnici svakodnevno ulažu napore u stjecanje novih znanja, ali i u poticanje razvoja zajednice. Za boljitak i razvoj važno je nabaviti opremu za edukaciju korisnika i smjestiti je u Čitaonicu – tako bi djelatnici mogli organizirati brojna predavanja, predstavljanje knjiga i sl.

##### Posebni cilj 2.2. Razvoj službi i usluga

Važno je evidentirati potencijalne korisnike i uvidjeti potrebe unutar zajednice. Za boljitak Knjižnice, potrebno je nastaviti s radom na automatizaciji, razvijati usluge za djecu, osigurati cjeloživotno učenje te korisnicima pružiti pristup sadržaju na daljinu. Neophodna je audiovizualna oprema za pristup uslugama.

Posebni cilj 2.3. Promicanje kulturnih/civilizacijskih vrijednosti

Razvoj zajednice i stvaranje veza učvršćuje se u suradnji s drugim kulturnim i obrazovnim ustanovama i udrugama. Cilj Knjižnice je nastaviti i razvijati suradnju s Dječjim vrtićem Zvončić, Osnovnom školom Miroslava Krležę, Osnovnom školom Vladimira Nazora, udrugama, vjerskim institucijama, ostalim knjižnicama, muzejima i sl.

### **Opći cilj 3. – Izgradnja i razvoj zbirki**

Zadovoljavajući i konstantan razvoj pretpostavka je za pravilan i uspješan rad knjižnice.

Poseban cilj 3.1. Nabava knjižnične građe

Knjižnica korisnicima treba pružiti širok izbor građe svih vrsta, a potrebno je osigurati sredstva za nabavu istih. Cilj Knjižnice je nabava nove građe, uz stvaranje pretpostavki za osnivanje Mediateke.<sup>4</sup>

Poseban cilj 3.2. Zaštita građe

Važna funkcija knjižnica je unaprjeđenje zaštite građe kojom raspolaže prema profesionalnim standardima čime se njeguje i zadržava tradicija te kulturna baština. Cilj je kontinuirano fizički zaštićivati građu te posebno voditi računa o Zavičajnoj zbirci i rijetkim primjercima.

### **Opći cilj 4. - Stalno stručno usavršavanje knjižničnih djelatnika**

Knjižnica treba pribaviti sredstva za usavršavanje djelatnika i ulaganje u edukaciju, omogućiti im odlaske na seminare, tečajeve i radionice.

Ciljevi knjižnice ujediniли su funkcioniranje i upravljanje knjižnice, nabavu građe, ali i odgojno-obrazovne funkcije Knjižnice.

---

<sup>4</sup> Mediateka: zbirka zvučne, audiovizualne i elektroničke građe.

Svakih nekoliko godina Knjižnica u *Strateškom planu* predstavlja nove ciljeve. Ciljevi su raznovrsni, a odnose se na poboljšanje rada knjižnice, usavršavanje djelatnika, nabavu nove građe, razvijanje odnosa s drugim institucijama i sl. Knjižnica je jasno razvila ciljeve u svim područjima svoje djelatnosti. Kao što su i dosadašnji ciljevi bili ostvareni, vjerujemo da će do izlaska novog plana, većina navedenih ciljeva biti označena kao riješena.

Sljedeće poglavlje navodi tko sve može biti član Knjižnice te koji su uvjeti korištenja knjižničnih usluga.

#### 5.4. Članstvo i uvjeti korištenja

Članom knjižnice Centra za kulturu Čepin može postati svaki građanin Republike Hrvatske koji uplati članarinu. Za strane državljane s privremenim boravištem vrijede jednaka prava kao i za građane sa stranim prebivalištem. Članstvo se stječe upisom u knjižnicu te je individualno. Korisnik Knjižnice je fizička osoba koja prostor i knjižnične usluge koristi u neograničenom opsegu, neovisno o članstvu u Knjižnici.

Članska iskaznica vrijedi 12 mjeseci od ućlanjenja i neprenosiva je. Uvjeti članstva dostupni su na službenoj internetskoj stranici knjižnice. Pri upisu, nudi se nekoliko različitih vrsta ućlanjenja, a to su **kolektivno, besplatno, povlašteno te počasno članstvo**.

**Kolektivno članstvo** podrazumijeva da članovi Knjižnice mogu postati stanovnici pojedine jedinice lokalne samouprave, zaposlenici pojedinih ustanova, tvrtki, članovi sindikata, članovi udruga i sl. na temelju sporazuma o kolektivnom članstvu zaključenog između Knjižnice i navedenih subjekata.

**Besplatno članstvo** ostvaruju umirovljenici te zaposlenici Knjižnice.

**Povlašteno članstvo** ostvaruju nezaposlene osobe i osobe s invaliditetom od najmanje 50 %. Nezaposlene osobe mogu se ućlaniti u Knjižnicu neovisno o mjestu stanovanja, a pri upisu moraju predati potvrdu o statusu nezaposlene osobe koju izdaje Hrvatski zavod za zapošljavanje.



**Počasno članstvo** je doživotno te počasni članovi ne plaćaju članarinu. Titulu počasnog člana dodjeljuje Knjižnica pojedinim građanima za osobite zasluge, doprinos ugledu, afirmaciji i uspjehu Knjižnice.

U sljedećem potpoglavlju navodi se obujam knjižnične građe te podjelu iste.

## 5.5. Knjižnična građa

Knjižnica nabavlja, sređuje i čuva knjižničnu građu za nadolazeće generacije. Narodna knjižnica prikuplja raznovrsnu građu brojne tematike namijenjenu svim generacijama, potiče ih na čitanje i širi obrazovanje. Na službenim stranicama posebno ističu kako podupiru i osiguravaju temelje za samostalan rad pojedinca i grupa na svim razinama obrazovanja, te da tako nastoje smanjivati razlike između pojedinaca i njihova znanja. Djelatnici aktivno djeluju na tome da svi korisnici steknu naviku čitanja, istraživanja i korištenja usluga koje nudi Knjižnica.

Građa je raspoređena na dječji fond i fond za odrasle. Knjižnica se služi univerzalnom decimalnom klasifikacijom.<sup>5</sup>

Na službenim internetskim stranicama dostupna je informacija da je 31. prosinca 2021. godine stanje knjižničnog fonda uključivalo 28.424 svezaka knjiga te 184 jedinice neknjižne građe. Revizija i otpis provedeni su 2006. godine.

Građa koja je smještena u čitaonici je referentna zbirka (rječnici, leksikoni, enciklopedije), stručna literatura, periodika (novine i časopisi), elektronička zbirka, literatura na stranim jezicima i ostala.

Obrada i načini zaštite knjižnične građe navedeni su u sljedećem potpoglavlju.

---

<sup>5</sup> Univerzalna decimalna klasifikacija (UDK): opća knjižnična klasifikacija, jedna od najčešće upotrebljivanih u Europi koja je u širokoj primjeni i u Hrvatskoj.

### 5.5.1. Obrada i zaštita građe

Knjižnica je posebno izdvojila zavičajnu zbirku, a ona se odnosi na djela autora koji su svojim radom ili životom vezani za Čepin, djela o Čepinu (bez obzira na autora ili mjesto objavljivanja), te zbirku starih i rijetkih knjiga (knjige objavljene do 1850. godine). Knjige u knjižnici vode se i održavaju prema važećim propisima, a građa se tehnički obrađuje i klasificira.

Građa se djelomično zaštićuje zaštitnim folijama. Vrijedna i rijetka građa čuva se u čitaonici, a 2008. godine instalirana je protupožarna i protuprovalna zaštita u svrhu dodatne zaštite rijetkih primjeraka.

Knjižnica Čepin osigurava pretraživost građe Narodne knjižnice Čepin putem interneta; automatizirali su poslovanje te izradili *online* katalog. Tako su uspjeli modernizirati svoj rad te automatizirati papirnatu knjižnicu. Zahvaljujući ovom koraku, korisnici mogu pretražiti ima li knjižnica u svom opusu željeni naslov.

Knjižnična građa obuhvaća knjige, novine, časopise, audio vizualnu građu te igračke. Prateći *Standarde za narodne knjižnice u RH*, Knjižnica nabavlja građu za osobni razvoj, razonodu i cjeloživotno učenje (Godišnji plan nabave za 2023.).

## 5.6. Upravljanje i rad knjižničara

Pejić (2010: 107) u svom radu navodi da su knjižničari te knjižnični i informacijski stručnjaci posrednici znanja i kao takvi su važni sudionici društva znanja.

„Neprofitni sektor – radi se o pojedincima i organizacijama koji pomažu da društvo postane zajednica odgovornih pojedinaca orijentiranih prema osobnom/obiteljskom napretku, ali i napretku zajednice kojoj pripadaju“ (Pejić 2010: 15).

Knjižničari moraju posjedovati stručne i osobne vještine i znanja, a Pejić (2010: 207) ih prikazuje kroz četiri područja:

“ - upravljanje informacijskim organizacijama,

- upravljanje građom, što uključuje 'identifikaciju, odabir, procjenu, pohranu te pružanje pristupa relevantnim jedinicama građe',
- upravljanje informacijskim uslugama 'od konceptualne faze do oblikovanja, razvoja, testiranja, oglašivanja, pakiranja, dostave i povlačenja usluge',
- primjena informacijskih alata i tehnologija da bi se omogućile 'najbolje usluge, pristup najrelevantnijoj građi'.”

Osim navedenih vještina, knjižničari također moraju posjedovati vještine poput lakoće komuniciranja, sklonosti timskom i samostalnom radu, kreativnosti, inovativnosti, profesionalne znatiželje i drugih.

Uloga knjižničara je izuzetno značajna. Osim podupiranja svih vrsta umjetnosti, širenja znanja, poticanja na obrazovanje i stvaranja navike čitanja, knjižničari moraju biti u korak s vremenom i interesima korisnika. Ono što privlači korisnike je originalnost, a kako bi privukli nove korisnike nužno je ulagati u marketing, odnosno promociju. Zbog problema manjka izvora financiranja, ključne su marketinške ideje za koje su potrebna skromna financijska sredstva.

Kako je već navedeno, knjižnicom koja ima do 5 djelatnika upravlja ravnatelj. U Knjižnici Čepin djeluju tri stručne osobe koji su po struci mag. informatologije. Knjižnica je u sastavu Centra za kulturu, a funkciju ravnatelja obnaša ravnatelj Centra za kulturu.

## 5.7. Financijski planovi Knjižnice Čepin

Na službenim stranicama Centra za kulturu Čepin može se pristupiti brojnim dokumentima kao što su strateški planovi, program rada, planovi nabave, financijski planovi i financijski izvještaji. Izvori financiranja Knjižnice su brojni, a navedeni su u sljedećem potpoglavlju.

### 5.7.1. Izvori financiranja

Općina Čepin financira rad knjižnice, a Knjižnica se ujedno prijavljuje i na Natječaj za potrebe financiranja javnih potreba u kulturi koji svake godine raspisuje Ministarstvo kulture Republike

Hrvatske. Osim navedenih izvora financiranja, Knjižnica se prijavljuje i na natječaje koje organizira Osječko-baranjska županija.

Fond Knjižnice se popunjava i razvija kupnjom koju financiraju lokalna i regionalna uprava te Ministarstvo kulture, kao i darovima korisnika, autora i nakladnika. Knjižnica posebno naglašava kako su dobrodošle donacije i sponzorstva koje bi dodatno unaprijedile rad i financiranje Knjižnice.

U Tablici 1 mogu se vidjeti izvori financiranja knjižnične građe za 2023. godinu.

Tablica 1. Plan nabave knjižnične građe za 2023.

<b>Izvori financiranja</b>					
<b>Opis/naziv</b>	Plan 2023.	Općinski proračun	Županijski proračun	Državni proračun	Samostalni prihodi
<b>Nabava knjižne i neknjižne građe</b>	6.760 EUR	2.654,46 EUR	398.17 EUR	2.654,46 EUR	1.061,91 EUR

Izvor: plan rada 2023., službena internetska stranica Knjižnice (<https://www.czk-cepin.hr/>)

U službenom dokumentu *Plan nabave knjižnične građe za 2023.* navedeno je da se Knjižnica financira potporom iz svih izvora kako bi zadržali postignutu razinu. Izvori koji sudjeluju u financiranju Knjižnice su Općina Čepin, Osječko-baranjska županija te Ministarstvo kulture i medija RH. Tablica pokazuje koje iznose pridonose proračuni za nabavu knjižne i neknjižne građe.

U sljedećim poglavljima kroz tablice su prikazani prihodi i rashodi Knjižnice.

### 5.7.2. Prihodi

Ministarstvo kulture i medija RH svake godine objavljuje poziv narodnim knjižnicama za iskaz interesa za otkup knjiga. Knjižnica se svake godine prijavi na navedeni natječaj, a naglašavaju kako je upravo ovom sinergijom u posljednjih godina fond Knjižnice značajno porastao. Izvori i visina prihoda pokazani su kroz sljedeću tablicu (tablica br. 2).

Tablica 2. Plan prihoda za razdoblje od 2023. do 2025.

Prihodi (izraženi u eurima):

Pozicija	Račun	Opis	Plan 2023.	Plan 2024.	Plan 2025.
<b>akt. a100039</b>		Centar za kulturu	105.513,00	105.513,00	105.513,00
<b>izvor: 01</b>		Opći prihodi i primici	92.373,00	92.373,00	92.373,00
<b>izvor: 02</b>		<b>Vlastiti prihodi</b>	10.087,00	10.087,00	10.087,00
<b>-125</b>	68311	Općina Čepin – subvencija kolektivne članarine	2.654,00	2.654,00	2.654,00
<b>-125</b>	683111	Ostali nespomenuti prihodi	306,00	306,00	306,00
	92211	Višak poslovanja prethodnih godina	7.127,00	7.127,00	7.127,00
<b>izvor: 04</b>		<b>Pomoći</b>	3.053,99	3.053,99	3.053,99
<b>-123</b>	63312	OBŽ – knjige	399,00	399,00	399,00
<b>-123</b>	63311	Ministarstvo kulture RH – knjige	2.654,00	2.654,00	2.654,00
<b>-123</b>	63311	Ministarstvo kulture RH – oprema	0,00	0,00	0,00

Izvor: *Plan rada za 2023.*, preuzeto s <https://www.czk-cepin.hr/dokumenti/>.

U javnom dokumentu *Plan rada za 2023.*, dostupnom na internetskoj stranici Centra kulture Čepin, vidljivo je kako se veliki dio prihoda ostvaruje iz subvencija Općine Čepin (za članarine) i Ministarstva kulture (subvencija za knjige). Iako se iznosi čine povećim, uvijek ima mjesta za napredak te je poželjno pronaći nove donatore i sponzore.

### 5.7.3. Rashodi

Rashodi (iskazani u eurima) pokazani su sljedećom tablicom (tablica 3)

Tablica 3. Plan rashoda za razdoblje od 2023. do 2025.

Pozicija	Račun	Opis	Plan 2023.	Plan 2024.	Plan 2025.
<b>akt. a100039</b>	Centar za kulturu	105.513,00	105.513,00	105.513,00	105.513,00
<b>izv. 1,2,4</b>	Funkcija: 0820 službe kulture				
<b>izvor: 110</b>	Opći prihodi i primici		92.373,00	92.373,00	92.373,00
<b>601</b>	31111	Plaće za zaposlene	47.647,00	47.647,00	47.647,00
<b>602</b>	31213	Ostali rashodi za zaposlene	3.185,00	3.185,00	3.185,00
<b>604</b>	31321	Doprinosi za obvezno ZO	6.105,00	6.105,00	6.105,00
<b>607</b>	32111	Službena putovanja	1.062,00	1.062,00	1.062,00
<b>608</b>	32121	Naknada za prijevoz	3.584,00	3.584,00	3.584,00
<b>609</b>	32231	Seminari, savjetovanja, simpoziji	256,00	256,00	256,00
<b>610</b>	32211	Uredski materijal i sl.	1.062,00	1.062,00	1.062,00
<b>612</b>	32351	Sitan inventar i autogume	531,00	531,00	531,00
<b>613</b>	32311	Usluge telefona	664,00	664,00	664,00
<b>614</b>	32312	Usluge interneta	265,00	265,00	265,00
<b>615</b>	32313	Poštarina	66,00	66,00	66,00
<b>616</b>	32329	Usluge tekućeg i invest. održavanja	531,00	531,00	531,00
<b>637</b>	32372	Ugovori o djelu	664,00	664,00	664,00
<b>619</b>	32379	Intelektualne i osobne usluge	4.645,00	4.645,00	4.645,00
<b>620</b>	32389	Računalne usluge	1.128,00	1.128,00	1.128,00
<b>621</b>	32395	Usluge čišćenja, pranja	1.327,00	1.327,00	1.327,00
<b>622</b>	32399	Ostale usluge	146,00	146,00	146,00
<b>623</b>	329411	Naknade troškova službenog puta ravnatelja	1.327,00	1.327,00	1.327,00
<b>624</b>	32911	Naknada za rad ravnatelja	2.654,00	2.654,00	2.654,00
<b>625</b>	32923	Premije osiguranja	1.128,00	1.128,00	1.128,00
<b>626</b>	32931	Prezentacija	796,00	796,00	796,00
<b>627</b>	3299	Ostali nespomenuti rashodi	929,00	929,00	929,00
<b>628</b>	32999	Organizacija glazbeno scenskih programa	5.973,00	5.973,00	5.973,00

Izvor: Plan rada za 2023., preuzeto s <https://www.czk-cepin.hr/dokumenti/>. [pristupljeno 20. 8.

2023.]

U tablici 3 prikazan je plan rashoda od 2023. do 2025. godine. Za svaku godinu navedeni su isti iznosi rashoda za sve kategorije.

Najveći dio rashoda odnosi se na plaće za zaposlene, naknadu za prijevoz, doprinose te organizaciju glazbeno-scenskih programa. Tek se manji dio odnosi na stručna usavršavanja djelatnika (seminari, savjetovanja, simpozij). S dolaskom novih donatora i sponzorstava troškovi organiziranja radionica i glazbeno-scenskih programa bi se smanjili.

## 6. MARKETING I OGLAŠAVANJE

Prema mrežnom izdanju hrvatske enciklopedije, marketing je proces planiranja i provođenja stvaranja ideja, proizvoda i usluga, određivanja njihovih cijena, promocije i distribucije kako bi se obavila razmjena koja zadovoljava ciljeve pojedinaca i organizacija. Budući da se marketing nalazi svugdje oko nas, glavni cilj mu je privlačenje naše pozornosti.

### 6.1. Marketing neprofitnih organizacija

Iako pojam marketing zvuči grubo i nespojivo s pojmom knjižnica, koje zamišljamo kao mjesto mira i ugone, postoji velika poveznica. Marketing ne mora značiti oglašavanje radi prodaje i prihoda, nego može obuhvaćati promoviranje institucije, istraživanje potreba korisnika, osmišljavanje ideja i strategija za bolji rad i napredak. Dakle, marketing je nužan za sve organizacije neovisno o području djelovanja ili veličini same organizacije.

„Marketing neprofitnih organizacija je skup aktivnosti kojima se osmišljava i pospješuje planiranje, provedba, distribucija i komuniciranje djelovanja organizacija koje ostvaruju neki određeni javni interes, ali im osnovna svrha postojanja nije ostvarivanje profita“ (Pavičić 2003: 31).

Kako navode autorice Dukić i Sopka (2013: 12), knjižnice su oduvijek bile podrška obrazovanju i provođenju slobodnog vremena pojedinca. Uloga knjižnica nije samo edukacija pojedinca, već i razonoda, a današnji korisnici imaju veći izbor mjesta za učenje i zabavu. Zbog navedenog, jedino marketinške aktivnosti mogu pomoći knjižnicama kako bi bile u korak s vremenom te prilagođene suvremenom čovjeku.

Kako je navedeno, mnoge se gradske, narodne, javne ili općeznanstvene knjižnice bore s nedostatkom financijskih sredstava, a samim time i nedostatkom stručnog osoblja. Odgovornost za promjenu percepcije, privlačenje i zadržavanje korisnika, odnosno javnosti o radu knjižnice je na knjižnicama.



Brojne se neprofitne organizacije, uključujući knjižnice, bore da budu u korak s vremenom i tehnologijom. Važno je prilagođavati se korisnicima, raditi na ažurnosti i upoznavanju zajednice u kojoj djeluju. Knjige se više ne nalaze samo u knjižnicama i školama, nego su svakodnevno dostupne na mobilnim uređajima, pa se knjižnice moraju aktivno promovirati i unaprjeđivati svoj rad.

Kako Dukić i Sopka (2013: 13) navode u svom radu, u neprofitnim organizacijama marketing pridonosi ostvarivanju ciljeva kao što su poboljšanje informacijske pismenosti i razvijanje čitateljskih navika. Marketing i u neprofitnim organizacijama omogućuje dvosmjernu komunikaciju, između davatelja usluga (knjižničari) i korisnika, s ciljem maksimalnog zadovoljavanja potreba korisnika.

U neprofitnim ustanovama, poput škola, knjižnica i fakulteta, marketing je ključan i za izgradnju ugleda i popularnosti u društvu. Također je važan čimbenik koji privlači nove volontere te donatore.

Marketinške aktivnosti koje su specifične za marketing neprofitnih djelatnosti navodi Pavičić (2000);

„- primarno su usmjerene ostvarivanju poželjne općedruštvene koristi,

- ciljne grupe su: korisnici, donatori, financijeri, opća javnost, volonteri, zaposleni.

vrijednosti koje su predmet marketinške razmjene često su nestandardne i netransparentne“.

Autorice Dukic i Sopka (2013: 18) navode četiri načina kako poboljšati rad knjižnica što je pokazano sljedećom slikom (slika 1).



Slika 1. Kako doprijeti do korisnika?

Izvor: Dukic, Sopka (2013: 18).

Slika pokazuje četiri aktivnosti kojima se može privući korisnike, a to su (1) izlaganje knjižnične građe, (2) uspostavljanje kontakata s lokalnom upravom i samoupravom te ostalim utjecajnim osobama iz zajednice, (3) samoizdavaštvo i (4) kulturološki pomoci.

#### 1) Izlaganje knjižnične građe

Prvi način je izlaganje knjižnične građe, što bi značilo izdvajanje posebnih knjiga (npr. *bestseller* knjige, stare ili rijetke knjige) na vidljivo mjesto. Također, izdvajanje posebnog dana ili dijela knjige, primjerice, posvećenog kuharicama ili psihologiji. Jednako je važno upoznati korisnike s načinima na koje mogu doći do željenih materijala i informacija. Važno je uz knjige, izlagati i elektroničku građu.

#### 2) Uspostavljanje kontakata s lokalnom upravom i samoupravom te ostalim utjecajnim osobama iz zajednice

Izrazito je važan kontakt između knjižnice i lokalne uprave ili samouprave te je pogrešno smatrati da su lokalna ili samouprava samosvjesne važnosti knjižnice i njezinih mogućih financijskih problema. Komunikacija s nadređenima može se ostvariti putem osobnog kontakta ili pisanim

putem. Kvalitetna komunikacija može raširiti poznanstva i pomoći pri ekonomskom razvoju knjižnice. Čvrsti i kvalitetni odnosi obogaćuju život zajednice.

### 3) Samoizdavaštvo

Pod samoizdavaštvo podrazumijevamo izdavanje letaka, postera, brošura, kalendara i sl. Ovakav način brendiranja može izražavati kreativnost djelatnika, a istovremeno može pozivati korisnike na uključivanje u radionice

### 4) Kulturološki pomaci

Uz razvoj brzi napredak i razvoj svijeta, nužno je da knjižnice budu u korak s tehnologijom. Određeni kulturološki pomaci uvelike pomažu razvoju, a neki od njih su marketing “od usta do usta”, *e-marketing*, *smarketing*, stvaranje brenda knjižnice i sl.

Suvremene knjižnice su pod stalnim pritiskom, i to najmanje dvaju čimbenika. Prvi čimbenik se odnosi na užurban napredak tehnologije te zahtjev za prilagodbom knjižnica ubrzanim promjenama u društvu. Korisnici imaju velika očekivanja od knjižnica, a ta se očekivanja ne odnose samo na količinu i kvalitetu informacija, nego i na brzinu dostupnosti i njihova prijenosa. Knjižnice mogu biti u korak s vremenom, ali za to su potrebna veća financijska sredstva dostupna za nabavu nove tehnologije i promjenu upravljačkih metoda i rukovođenja.

Drugi čimbenik odnosi se na raznorodne konkurente, subjekte iz svijeta zabave i razonode kao što je internet kojeg smatramo mjestom lako i brzo dostupnih informacija. Korisnici knjižnica, osobito oni mlađih generacija, skloniji su korištenju novih tehnologija za koje možemo tvrditi da im je vjerodostojnost i točnost informacija upitna (Balog 2018: 77).

U sljedećem poglavlju pobliže je pojašnjen marketing narodne knjižnice u Čepinu.

## 6.2. Marketing Knjižnice Čepin

Poput drugih neprofitnih organizacija, Knjižnica Čepin ne prodaje svoje usluge, nego ih nudi. Najvažniji cilj je opći boljitak društva, spajanje različitosti, poticanje međukorisničke povezanosti.

Zbog nedostatka financijskih sredstava, knjižnice nemaju svoje marketinške stručnjake koji smišljaju ideje kako privući nove korisnike i istovremeno zadržati postojeće što znači da su djelatnici knjižnice prepušteni stvaranju vlastitih ideja. Marketinške aktivnosti i rad Knjižnice Općine Čepin vidljiv je kroz:

#### 1) Izložbeni prostor

Knjižnica Čepin nudi izložbeni prostor koji korisnici mogu koristiti u dogovoru s djelatnicima knjižnice. Izložbeni prostor *Knjige i slike* služi promoviranju vlastitoga rada, a ujedno pridonosi dolasku novih korisnika u Knjižnicu. Knjižnica često organizira izložbe gdje svoje radove izlažu slobodni umjetnici koji rado pozovu svoje prijatelje te se uz razgovor, pokoju čašicu vina i umjetnost večer ljepše provodi. Knjižnica uvelike inspirira rad svojih mještana te im daje vjetar u leđa kako bi se slobodno umjetnički izrazili.

#### 2) Kulturno-animacijski i edukacijski programi

Knjižnica vrlo često organizira brojne radionice za odrasle i djecu. Redovito organizira promociju knjiga, književne susrete, izložbe novih knjiga, likovno-literarne radionice, kazališne predstave, *Nacionalni kviz za poticanje čitanja*, posjete drugim baštinskim institucijama...

#### 3) U korak s vremenom

Zbog velike popularnosti filma *Barbie*, koji je nedavno prikazan u kinima, djelatnice su se potrudile pronaći sva izdanja knjiga *Barbie* i odvojiti kutak knjižnice za prikazivanje građe vezane za odgovarajuću aktualnu temu. Ova ideja privlači mlađe generacije na čitanje, a ujedno navodi starije generacije da se prisjete djetinjstva.

#### 4) Suradnja s časopisom

Knjižnica Čepin uspješno surađuje s časopisom *Čepin Promo*, koji izlazi jednom mjesečno. U izdanjima časopisa često može se pronaći kutak u kojem čitateljski klub *KljučČ* izdvaja i preporučuje knjigu mjeseca. U sklopu navedene suradnje također se mogu pronaći informacije o izmjenama rada knjižnice ili o bitnijim i većim događanjima u organizaciji Knjižnice.

#### 5) Obilježavanje značajnih datuma

Knjižnica tijekom cijele godine provodi niz aktivnosti te obilježava posebne dane vezane uz pojedine mjesece u godini. Organizira tematske izložbe povodom značajnih praznika ili obljetnica. Neki od primjera su obilježavanje tjedna tehnike, Međunarodnog dana obitelji, Dana općine Čepin, organiziranje dana otvorenih vrata i dr. Posebnim programom obilježava se i uključuje u manifestacije *Noć knjige* (23. travnja) te *Mjesec hrvatske knjige* (15. listopada – 15. studenoga).

#### 6) Internetske stranice

U modernom dobu, internetske stranice postale su važan medij kojim knjižnice komuniciraju s javnošću. Kako navodi Pejić (2010: 244), novi mediji stvaraju društveni prostor u kojem svoje mjesto nalaze različiti oblici zabave, virtualno poslovanje, svakodnevna društvena komunikacija, ali i različite forme kulturno-umjetničkog izražavanja. Na internetskim stranicama Knjižnice mogu se pronaći obavijesti o radnom vremenu i budućim događajima, kao i iscrpni članci o provedenim događajima za djecu, putovanjima čitateljskog kluba i sl. Podatke na internetskoj stranici djelatnice redovito ažuriraju. Internetske stranice su neizostavan alat za uspješno poslovanje i promidžbu. Osim što posjeduje preglednu internetsku stranicu, Knjižnica koristi i službenu *Facebook* stranicu koja korisnicima pruža uvid u rad i napredak Knjižnice.

#### 7) Odnosi s javnošću

Knjižnice trebaju svakodnevno komunicirati s građanima i medijima, pa su tako odnosi s javnošću nezaobilazna stavka rada knjižnice. Balog u svom radu (2018: 57) navodi da odnosi s javnošću pomažu u kreiranju opće pozitivne slike o knjižnici, ističu važnost njezine obrazovne, odgojne, znanstvene i općenito društvene uloge kako kod općeg javnog mijenja, tako i kod budućih donatora. Djelatnice knjižnice uspješno komuniciraju s korisnicima putem novih medija, a informacije o bitnim i velikim događajima knjižnice rado prenose medijima kao što su *Osijek NEWS*, *Osječki.hr*, *Osijek031*.

#### 8) Suradnja s drugim institucijama

Knjižnica aktivno surađuje s dvjema čepinskim osnovnim školama i dječjim vrtićem. Uspješno komunicira s drugim subjektima i udrugama, drugim knjižnicama i sličnim baštinskim institucijama (muzeji, arhivi). Suradnja s drugim institucijama ključna je za promoviranje

knjižnice, kao i kvalitetnije ostvarivanje ciljeva. Ujedno se s ovakvim suradnjama privlače financijeri, donatori i volonteri.

Za mještane Općine Čepin Knjižnica je osigurala besplatan upis od 1. siječnja 2020. godine. U sljedećem potpoglavlju predstavlja se uloga knjižnica u neformalnom obrazovanju pojedinca.

### 6.3. Neformalno obrazovanje

Knjižnice, osim obrazovne, imaju i neformalnu ulogu. Knjižnice su mjesta druženja, pa tako knjižničari za korisnike vrlo često priređuju brojne oblike neformalnog obrazovanja i učenja, kao što su predavanja, tečajevi, radionice, okrugli stolovi i igrokazi za djecu (Pejić 2010).

Kako bi privukli korisnike provode se predavanja o različitim temama iz gotovo svih znanstvenih disciplina. Predavači mogu biti autori knjiga, istraživanja, akademici, ali i profesori škola s kojima knjižnica surađuje.

Tečajevi i poduke su vrlo česti u narodnim knjižnicama. Neke od radionica koje je provodila Knjižnica su: radionica *Knjižnica-košnjica*, *Radionica 3d olovkama*, *Slikarska radionica za djecu*, *Kazalište – smješko (online radionica)*, *Ljeto u knjižici* i mnoge druge.

Tečajevi su oblici poduke te su česti u narodnim knjižnicama. Knjižnica Čepin je svojedobno provodila tečaj znakovnog jezika na koji je odaziv bio veliki. U posljednje vrijeme knjižnice organiziraju i tečajeve računalne pismenosti za osobe starije životne dobi.

Iako knjižnice često imaju skromna financijska sredstva na raspolaganju, ovakav način rada (čije planiranje često nije skupo) privlači i postojeće i nove korisnike. Može se zaključiti da je marketing (fokus na marketinške ideje koje ne iziskuju velika financijska sredstva) ključan za rad i napredak knjižnice. Knjižnica Čepin može se pohvaliti brojnim radionicama i uključivanjima u društvo u sklopu kojih na neformalan i zabavan način pruža znanje i ulaže u napredak pojedinca i društva. Čitateljski klub *Ključ* ključan je dio Knjižnice, a način rada čitateljskog kluba predstavljen je u sljedećem potpoglavlju.

#### 6.4. Čitateljski klub *Ključč*

Uloga knjižnice nije samo prikupljanje, pohrana i posuđivanje knjiga, kao što nam na spomen knjižnice prvo padne na pamet. Knjižnica također može biti mjesto za interakciju, igru, razvoj kreativnosti, dijeljenje iskustava i sklapanje novih prijateljstava. Iako se svijet modernizirao, a tehnologija zahvatila velik dio naše svakodnevice, nije se umanjila važnost fizičkog kontakta između knjige i čitatelja, kao ni važnost dijeljenja utisaka o pročitanoj.

Knjižnica Općine Čepin je uz brojne aktivnosti uspjela skupiti ljubitelje čitanja te ih organizirati u čitateljski klub *Ključč (Klub ljubitelja čitanja Čepin)*. Klub djeluje od 2015. godine, a osnovan je kako bi okupio ljude koji vole čitanje, druženje i dijeljenje dojmova o pročitanoj.

Čitateljski klub sastaje se jednom mjesečno, posljednjeg utorka u mjesecu. Članovi predlažu nove naslove koji će se čitati, iznose svoja mišljenja, stavove i emocije o pročitanoj djelu. Glavni cilj čitateljskog kluba je promicanje prijateljstva, darežljivost i humanost. Čitateljski klub namijenjen je socijalizaciji i razonodi, a korisnike spaja strast prema čitanju.

## 7. ZAKLJUČAK

Knjižnice su neprofitne institucije čiji je opus rada širok i opsežan, a mi ga često niti ne primjećujemo. Jedan od većih problema u radu neprofitnih organizacija, pa tako i knjižnica, je upravo financiranje. Neprofitne organizacije, kao što su knjižnice, muzeji i galerije, ovise o javnim davanjima i teško mogu ulagati u napredak.

Ključan faktor u daljnjem napretku i razvoju je marketing. Iako se pojam marketing rijetko veže uz neprofitne organizacije, a više uz one profitne koje „žive“ od prodaje, marketing je često jedini način na koji knjižnice mogu pronaći nove donatore, sponzore, ali i privući nove korisnike. Ako knjižnice ulažu u organizaciju raznih radionica i predavanja o kojima će se duže vrijeme pričati, moguće je da tim potezom privuku nove korisnike, ali i sponzore čije ime će se vezati uz određenu knjižnicu. Dakle, za daljnji napredak djelatnici trebaju nove marketinške ideje i promotivne sadržaje.

Financiranje knjižnica je kompleksan i opsežan proces. Knjižnica treba potporu donatora te financijsku pomoć lokalnih institucija i Ministarstva kulture i medija kako bi prikupila novu građu.

Velik trud djelatnika i napredak u radu uočava se na primjeru narodne knjižnice u Čepinu. Knjižnica svoju djelatnost, kao profesionalna i jedina kulturna ustanova Općine Čepin, vrijedno obavlja od 1961. godine. Promovira opće vrijednosti svih umjetnosti te uz brojne radionice nadahnjuje korisnike na izražavanje u likovnim i drugim umjetničkim područjima. Kao narodna knjižnica otvorena je za sve korisnike bez obzira na spol, dob, političko opredjeljenje i sl. Cilj knjižnice je širiti obrazovanje, poticati na čitanje i umjetničko izražavanje, poticati socijalizaciju i međusobne interakcije. Osim što se može pohvaliti brojnim aktivnostima, Knjižnica aktivno surađuje s brojnim kulturnim ustanovama, osnovnim školama, vrtićem i Općinom Čepin. Brojne aktivnosti i vrijedan trud djelatnica svake su godine nagrađeni uspješnim prijavama na brojne natječaje.

Rad djelatnika se često umanjuje, ali on je vrlo kompleksan. Svijet se mijenja i modernizira, a knjige svrstava u neko drugo, prošlo vrijeme. Važan i težak zadatak je probuditi interes mladih za čitanjem i istinskim vrijednostima. Knjižnica je srce lokalne sredine – spaja različitosti, otvorenih vrata i srca prima sve mještane, zabavlja djecu, a ujedno budi djecu u odraslima.



## 8. LITERATURA

### Knjige

1. Antolović, J. (2009): *Menadžment u kulturi*. Zagreb: Hadrian d.o.o.
2. Bežovan, G. (2005) *Civilno društvo*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
3. Meler, M. (2005) *Osnove marketinga*: Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.
4. Kotler, P.; Wong, V.; Saunders, J.; Armstrong, G. (2006) *Osnove marketinga 4*: Zagreb: Mate d.o.o.
5. Pavičić, J. (2003) *Strategija marketinga neprofitnih organizacija*. Zagreb: Masmedia d.o.o.
6. Pavičić, J. (2006) *Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti*. Zagreb: Masmedia d.o.o.

### Znanstveni časopisi i radovi

1. Balog, A. (2010) Poslovanje knjižnica u zadaći prikupljanja sredstava. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 53; str. 43–65.
2. Dr. Rukavina, K. (1994) Karakteristike neprofitnih i neprofitabilnih organizacija u odnosu na profitne i profitabilne organizacije. *Ekonomski vjesnik*, Vol. VII, No. 1., str. 85-90.
3. Dukić, G.; Sopka I. (2013) *Upravljanje marketingom male knjižice*. Stručni rad. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, str. 9-33.
4. Mahaček, D. (2015) Financijska revizija i računovodstveno poslovanje neprofitnih organizacija, *Pravni Vjesnik*, No. 1, str. 209-223.
5. Mahaček, D.; Mijoč, I.; Hruška, Z. (2012) Financiranje neprofitnih organizacija, *Pravni Vjesnik*, No. 1, str. 173-181.
6. Pejić, I. (2010) Narodne knjižnice: potpora formalnom i neformalnom obrazovanju – visoko obrazovanje. *Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru* 3, str. 97–112.

7. Radalj, M. (2020) *Važnost prikupljanja sredstava (fundraising) za djelovanje neprofitnih organizacija*. Znanstveni rad. Sveučilište u Mostaru, str. 296-311.
8. Stipanov, J. (2011) Knjižnice i društvo kroz povijest. *FLUMINENSIA* 23/1., str. 189-200.
9. Tadić, K. (1994): Rad u knjižnici: priručnik za knjižničare. Opatija: Naklada-Benja. Dostupno na: <http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/katm.htm> [pristupljeno 20. 8. 2023.]
10. Žiljak, T. (2003) *Osnaživanje gradskog susjedstva i lokalne zajednice kulturnim razvojem*. Izvorni znanstveni rad. Pučko otvoreno učilište Zagreb, str. 1097-1121.

#### Pravni akt

1. Zakon o knjižnicama i knjižničnoj djelatnosti NN 17/2019, 98/2019.

#### Izješća i dokumenti

1. Financijski planovi [Online]. Raspoloživo na: <https://www.czk-cepin.hr/dokumenti/> [pristupljeno: 17. 8. 2023.]
2. Financijski izvješćaji [Online]. Raspoloživo na: <https://www.czk-cepin.hr/dokumenti/> [pristupljeno: 17. 8. 2023.]
3. Program rada [Online]. Raspoloživo na: <https://www.czk-cepin.hr/dokumenti/> [pristupljeno: 17. 8. 2023.]
4. Statut Centra za kulturu Čepin [Online]. Raspoloživo na: <https://www.czk-cepin.hr/dokumenti/> [pristupljeno: 15. 8. 2023.].
5. Strateški planovi [Online]. Raspoloživo na: <https://www.czk-cepin.hr/dokumenti/> [pristupljeno: 15. 8. 2023.].

#### Internetski izvori

1. Centar za kulturu Čepin, URL: <https://www.czk-cepin.hr/> [pristup 5. 8. 2023.]
2. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslava Krleže, URL: <https://www.enciklopedija.hr/> [pristup 8. 8. 2023.]
3. Hrvatski radio, Radio Osijek, URL: <https://radio.hrt.hr/> [pristup 10. 8. 2023.]

4. Hrvatsko knjižničarsko društvo, URL: <https://www.hkdrustvo.hr/> [pristup 10. 8. 2023.]
5. International Federation of Library Associations and Institutions, URL: <https://www.ifla.org/> [pristup 8. 8. 2023.]
6. Ministarstvo kulture i medija, URL: <https://min-kulture.gov.hr/> [pristup 6. 8. 2023.]
7. Mreža hrvatske kulture, URL: <https://mreza.hr/naslovnica> [pristup 6. 8. 2023.]
8. Osijek News, URL: <https://osijeknews.hr/> [pristup 15. 8. 2023.]
9. Općina Čepin, URL: <https://www.cepin.hr/> [pristup 10. 8. 2023.]
10. Osijek031, URL: <https://www.osijek031.com/> [pristup 15. 8. 2023.]
11. ScienceDirect, URL: <https://www.sciencedirect.com/> [pristup 17. 8. 2023.]

## 9. PRILOZI

### Popis slika i tablica

Slika 1. Kako doprijeti do korisnika? .....	28
Tablica 1. Plan nabave knjižnične građe za 2023. ....	22
Tablica 2. Plan prihoda za razdoblje od 2023. do 2025.....	23
Tablica 3. Plan rashoda za razdoblje od 2023. do 2025.....	24