

UNIVERZA V LJUBLJANI
BIOTEHNIŠKA FAKULTETA
ODDELEK ZA LESARSTVO

Davorin TURK

**MODEL SPLETNEGA PORTALA STROKOVNIH IN ZNANSTVENIH GRADIV S
PODROČJA LESARSTVA**

DIPLOMSKO DELO
Visokošolski strokovni študij

**THE MODEL OF WEBPORTAL FOR PROFESSIONAL AND SCIENTIFIC
MATERIAL IN THE FIELD OF WOODWORKING**

GRADUATION THESIS
Higher professional studies

Ljubljana, 2016

Diplomsko delo je zaključek Visokošolskega strokovnega študija lesarstva. Opravljeno je bilo na Katedri za management in ekonomiko lesnih podjetij ter razvoj izdelkov, Oddelka za lesarstvo, Biotehniške fakultete, Univerze v Ljubljani.

Senat Oddelka za lesarstvo je za mentorja diplomskega dela imenoval doc. dr. Jožeta Kropivška, za somentorja prof. dr. Tomaža Bartola, za recenzenta pa prof. dr. Leona Oblaka.

Komisija za oceno in zagovor:

Predsednik:

Član:

Član:

Datum zagovora:

Naloga je rezultat lastnega raziskovalnega dela. Podpisani se strinjam z objavo diplomskega dela v polnem tekstu na spletni strani Digitalne knjižnice Biotehniške fakultete. Izjavljam, da je diplomsko delo, ki sem ga oddal v elektronski obliki, identično tiskani verziji.

Davorin Turk

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

ŠD	Vs
DK	UDK 004.774.6:674
KG	digitalizacija/spletni portal/strokovno gradivo/strokovni članki/ E-revija/...E-knjiga/
AV	TURK, Davorin
SA	KROPIVŠEK, Jože (mentor)/ BARTOL, Tomaž (somentor)/OBLAK, Leon (recenzent)
KZ	SI-1000 Ljubljana, Rožna dolina, c. VIII/34
ZA	Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za lesarstvo
LI	2016
IN	MODEL SPLETNEGA PORTALA STROKOVNIH IN ZNANSTVENIH GRADIV S PODROČJA LESARSTVA
TD	Diplomsko delo (visokošolski strokovni študij)
OP	XI, 71 str., 4 pregl., 2 pril., 27 vir.
IJ	Sl
JI	sl/en
AI	Podjetja za svoje uspešno poslovanje potrebujejo veliko različnih informacij, ki morajo biti hitro dostopne, kakovostne in seveda ažurne. Zaradi slabosti tiskanih medijev, ki te cilje težko zadovoljujejo, pridobivajo digitalne vsebine še toliko pomembnejšo vlogo. Razvoj informacijske tehnologije in spletnih storitev je te vsebine povsem približal uporabnikom/podjetjem. Cilj naloge je bil izdelati strukturno zasnovo panožnega spletnega portala, ki bi lesnim podjetjem zadovoljeval potrebe po raznovrstnih informacijah, in ugotoviti obstoječe stanje, kako pridobivajo te informacije ter kako so pri tem uspešni. Ugotovili smo, da je spletnih mest, ki bi podjetjem ali posameznikom nudile specializirane informacije zelo malo, pa še te pogosto zaradi neustreznosti niso v pomoč. S predlagano strukturno zasnovo panožnega spletnega portala pa smo dokazali, da na enem spletnem mestu možno nuditi vse pomembne informacije in s tem zagotavljati celostno informacijsko podporo lesnim podjetjem.

KEY WORDS DOCUMENTATION

DN Vs

DC UDC 004.774.6:674

CX digitalization/web portal/professional publications/professional articles/
E – magazine/ E - book...

AU TURK, Davorin

AA KROPIVŠEK, Jože (supervisor)/ BARTOL, Tomaž (co-supervisor)/OBLAK, Leon
(reviewer)

PP SI-1000 Ljubljana, Rožna dolina, c. VIII/34

PB University of Ljubljana, Biotechnical Faculty, Department of Wood Science and
Technology

PY 2016

TI MODEL OF DIGITALIZATION OF PROFESSIONAL PUBLICATIONS AND
DESIGN E – MAGAZINE FROM FIELD OF WOOD INDUSTRY

DT Graduation Thesis (Higher professional studies)

NO IX, 71 p., 4 tab., 2 ann., 27 ref.

LA sl

AL sl/en

AB Companies need for their successful business operations a lot of diverse information that
has to be quickly accessible, of high quality and, of course, up to date. Due to the
weaknesses of printed media that have difficulties in achieving such goals, digital contents
acquire an even more important role. The development of information technology and web
services has brought these contents to the fingertips of users/companies. The goal of this
paper was to construct a structural outlay of a web portal in a specific branch that would
satisfy the needs of wood companies for diverse information and evaluate the current
condition about how they are acquiring such information and how successful they are with
it. We have found out that there are very few web pages that offer specialised information to
companies or individuals, when even these pages are due to their inadequateness not
helpful. With the suggested structural layout of a web portal in a specific branch we have
proven that it is possible to offer all the important information in one spot and thus ensure a
wholesome informational support to the wood companies.

KAZALO VSEBINE

str.

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA	III
KEY WORDS DOCUMENTATION	IV
KAZALO PREGLEDNIC	VIII
KAZALO SLIK	IX
KAZALO PRILOG	X
1 UVOD	1
1.1 OPREDELITEV PODROČJA IN OPIS PROBLEMA.....	1
1.2 NAMEN IN CILJI DIPLOMSKE NALOGE.....	2
1.3 DELOVNE HIPOTEZE	2
2 PREGLED OBJAV	3
2.1 DIGITALIZACIJA TISKANIH GRADIV	3
2.1.1 E-knjiga: zgodba o digitalni motnji	4
2.1.2 Razlogi za digitalizacijo in njene prednosti.....	5
2.1.3 Težave digitalizacije	6
2.1.4 Digitalizacija v Sloveniji.....	6
2.2 E-KNJIGE, E-REVIJE IN E-ZALOŽNIŠTVO.....	7
2.2.1 E-knjige in e-revije	7
2.2.2 E-založništvo	11
2.2.3 Tablični računalnik	13
2.2.4 Pametni telefoni	13
2.2.5 Stanje na slovenskem trgu e-založništva	14
2.2.6 Plačevanje in izposoja e-knjig	14
2.2.7 Plačevanje po porabi	15
2.2.8 Digitalne knjižnice	15

2.2.9	Tehnični pripomočki in programska oprema za branje E-gradiv.....	16
2.2.10	Tipi datotek	17
2.2.11	Upravljanje digitalnih pravic	18
2.2.12	Primerjava stroškov izdaje elektronske in papirnate oblike strokovnega gradiva	19
2.3	STROKOVNI SPLETNI PORTALI	20
2.3.1	Spletni portali.....	20
2.3.2	Razlika med portalom in spletno stranjo	21
2.3.3	Vrste portalov	22
3	MATERIAL IN METODE	23
3.1	METODE	23
3.1.1	Pregled in analiza revij, spletnih strani in portalov strokovnih in znanstvenih gradiv s področja lesarstva.....	24
3.1.2	Anketni vprašalnik o informacijskih potrebah lesnih podjetij	24
3.1.3	Vzorec podjetij za anketiranje	25
3.2	MATERIALI	26
3.2.1	Izbor revij, spletnih strani in portalov s področja lesarstva, ki zajemajo strokovna in znanstvena gradiva	26
3.2.2	Postavitev modela spletnega portala strokovnih in znanstvenih gradiv s področja lesarstva.....	27
4	REZULTATI.....	28
4.1	ANALIZA STROKOVNIH IN ZNANSTVENIH GRADIV S PODROČJA LESARSTVA	28
4.1.1	Revije s področja lesarstva	28
4.1.2	Analiza obstoječih strokovnih spletnih portalov	31
4.2	REZULTATI ANALIZE ANKETIRANJA	35
4.3	STRUKTURA SPLETNEGA PORTALA STROKOVNIH IN ZNANSTVENIH GRADIV S PODROČJA LESARSTVA.....	45
4.3.1	Vsebinski vidik portala	46

4.3.2	Struktura portala s tehničnega vidika	52
5	RAZPRAVA IN SKLEPI.....	54
6	POVZETEK.....	57
7	VIRI	58
	ZAHVALA	62
	PRILOGE	

KAZALO PREGLEDNIC

	str.
Preglednica 1: Prednosti in pomanjkljivosti e-knjig (prirejeno po Ločniškar–Fidler in Fidler, 2003, str. 168–170)	8
Preglednica 2: SLOVENSKE lesarske strokovne in znanstvene revije	29
Preglednica 3: TUJE lesarske strokovne in znanstvene revije	30
Preglednica 4: Lastnosti analiziranih portalov s tehničnega vidika (avtor).....	34

KAZALO SLIK

	str.
Slika 1: Prvi poskus digitalizacije leposlovnih vsebin – projekt Gutenberg (Avtor)	4
Slika 2: Primerjava prodaje med tiskano knjigo in e-knjigo (Gilbert, Richard J.; Journal of Economic Perspectives, Summer 2015)	5
Slika 3: E-gradivo na e-bralniku (Adria Media, 2012).....	11
Slika 4: Spletne knjigarne (Majcenović, 2011)	12
Slika 5: Eden najbolj znanih primerov Responsive Web Design-a – The Boston Globe (Pomagalec – Strokovnjak za digitalne medije, 2015)	27
Slika 6: Pogostost iskanja informacij – po tematiki (n=42)	35
Slika 7: Načini iskanja informacij (n=42)	36
Slika 8: Metode iskanja informacij na spletu (n=42)	37
Slika 9: Zadovoljstvo uporabnikov s pridobljenimi informacijami na spletu – podrobno (n=42)	38
Slika 10: Pridobivanje strokovnih informacij na določenem specializiranem spletnem portalu (n=42).....	39
Slika 11: Potreba po spletnem portalu, kjer bi bila vsa strokovna gradiva na enem mestu (n=42)	40
Slika 12: Pričakovanja glede vsebine na specializiranem spletnem portalu za lesarstvo (n=42)	41
Slika 13: Pripravljenost za sodelovanje na specializiranem spletnem portalu za lesarstvo – področja (n=42)	42
Slika 14: Zanimanje za tiskano in elektronsko obliko panožne strokovne in znanstvene revije (n=42)	43
Slika 15: Prosto dostopna ali plačljiva vsebina (n=42)	44
Slika 16: Model strukture spletnega portala strokovnih in znanstvenih gradiv s področja lesarstva	45
Slika 17: Izgled portala Spletna Knjiga.....	48

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik

Priloga 2: Spletne strani in portali s področja lesarstva

1 UVOD

1.1 OPREDELITEV PODROČJA IN OPIS PROBLEMA

Razvoj informacijske družbe omogoča pridobivanje informacij na drugačen način. V današnjem času papirnata oblika člankov in revij počasi izginja, saj je na spletu moč najti ogromno zanimivih strokovnih objav (člankov, mnenj, krajših prispevkov), ki pa so zelo razpršene in pogosto povsem nepovezane. Sodobni spletni iskalniki sicer uvajajo zelo sposobne in kompleksne iskalne algoritme. Tudi pri strokovnih objavah s področja lesarstva je podobno. V slovenskem jeziku obstajajo spletni portali s področja lesarstva, na katerih bi našli vse pomembnejše informacije na enem mestu, vendar so le te prekompleksne in zahtevajo preveč časa. Ne obstaja pa v slovenskem jeziku spletna lesarska e-revija, ki bi obiskovalcem na enem mestu ponudila strokovno in znanstveno gradivo.

Postopoma, zlasti v drugi polovici 20. stoletja, je način znanstvenega in strokovnega komuniciranja z uporabo tiskanih revij in člankov začel kazati številne pomanjkljivosti: dolgi postopki, ožji krog bralcev, stroški tiskanja in ostali stroški, ki dvigujejo ceno ipd. Elektronske revije in članki nudijo nove možnosti v znanstvenem in strokovnem komuniciranju in informiranju. Danes je internet brez dvoma najhitreje rastoči medij in tako predstavlja dober primer globalizacije sveta, saj so podatki, objavljeni na svetovnem spletu, dostopni vsakomur, ter je tako premostil časovne, prostorske in cenovne ovire. Internet predstavlja zelo pomembno vlogo pri iskanju informacij, zato želimo imeti čim več informacij na spletu, te pa morajo biti po dejavnostih dobro ločene, pregledne in uporabne.

Osnovni razlog, da do sedaj ni bilo več poizkusov izdaje obstoječih revij in člankov v digitalni oz. elektronski obliki, so bile težave, povezane z varovanjem podatkov oziroma preprečevanjem enostavnega kopiranja (Kodelja, 2010). Vendarle lahko najdemo na spletu veliko neuspešnih projektov postavitve spletnih portalov. Razlog za to ni samo v cenenih rešitvah, ampak v neupoštevanju elementov, ki so nujno potrebni, da spletni portal zaživi

in da se obiskovalci na njega vračajo. Najpomembnejša je vsebina portala in dostop uporabnika do le-te. Problem je pogosto tudi ta, da na obstoječih portalih uporabniki težko najdejo vse željene informacije, ki so pogosto še neažurne. Spletnih mest, ki bi lesnim podjetjem ponujale specializirane informacije je zelo malo, pa še te so velikokrat neustrezne. To prikazujemo z analizo raziskovalnega področja v četrtem poglavju tega dela.

1.2 NAMEN IN CILJI DIPLOMSKE NALOGE

Cilj naloge je analiza obstoječih strokovnih portalov in portalov oziroma spletnih strani e-publikacij ter na osnovi teh spoznanj postaviti model spletnega portala strokovnih in znanstvenih gradiv, ki mora na eni strani zagotavljati celovit, kompleksen pregled teh gradiv, po drugi strani pa omogočati enostavno pregledovanje teh vsebin.

1.3 DELOVNE HIPOTEZE

Na osnovi zastavljenih ciljev smo si ob začetku raziskovalnega dela postavili naslednji hipotezi, ki ju želimo dokazati:

- spletni portali z znanstveno in strokovno literaturo/gradivi za lesno panogo v Sloveniji so vsebinsko nepregledni;
- digitalnih virov znanstvene in strokovne literature in drugih gradiv na spletu je veliko, vendar le-ta med seboj niso povezana.

2 PREGLED OBJAV

2.1 DIGITALIZACIJA TISKANIH GRADIV

Bončina (2012) navaja, da imajo »elektronske knjige zelo dolgo zgodovino, pravzaprav prazgodovino, govorno v kontekstu časovnih razsežnosti razvoja informacijske tehnologije«. V sklopu tega se opira na **Projekt Gutenberg**, ko se je v letu 1971 pojavila že prva e-knjiga, kar je tudi pomenilo rojstvo projekta Gutenberg, morda največkrat omenjenega projekta v zvezi z e-knjigami. Projekt je začel študent Univerze v Illinoisu Michael Hart, in število e-knjig je najprej naraščalo zelo počasi, saj sta minili skoraj dve desetletji, preden je bilo v sklopu projekta Gutenberg dostopnih prvih deset knjig. Avtor nadalje piše, da je šele v devetdesetih letih začelo število e-knjig hitreje naraščati in nastajali so številni podobni projekti, ki so digitalizirali predvsem knjige v javni domeni. Danes zajema spletna stran Gutenberg (Slika 1) že več kot 50.000 brezplačnih e-knjig. Večina knjig v zbirki je seveda v angleščini, vendar se vsak teden poveča tudi število razpoložljivih knjig v drugih jezikih.

Zares množična digitalizacija knjig pa se je začela s projektom **Google Books**, ki je zaradi ne povsem urejenih avtorskih pravic povzročil vihar na založniškem področju, pa tudi v knjižnicah. Podjetje Google je namreč najprej z nekaterimi večjimi ameriškimi knjižnicami, pozneje pa tudi evropskimi, sklenilo dogovor o brezplačni digitalizaciji knjig. Med njimi so se znašle tudi takšne, ki jim avtorske pravice še niso potekle ali nosilci avtorskih pravic niso bili znani (t. i. sirote).

S sliko 1 prikazujemo izgled spletne strani Projekta Gutenberg, kot je trenutno viden na spletu.



Slika 1: Prvi poskus digitalizacije leposlovnih vsebin – projekt Gutenberg (Avtor)

2.1.1 E-knjiga: zgodba o digitalni motnji

Zgodovina e-knjige sega v leto 1971, ko je prostovoljec v okviru projekta Gutenberg kreiral javno domeno (OECD 2012), vendar je le ta zasedla majhno nišo v knjižni industriji.

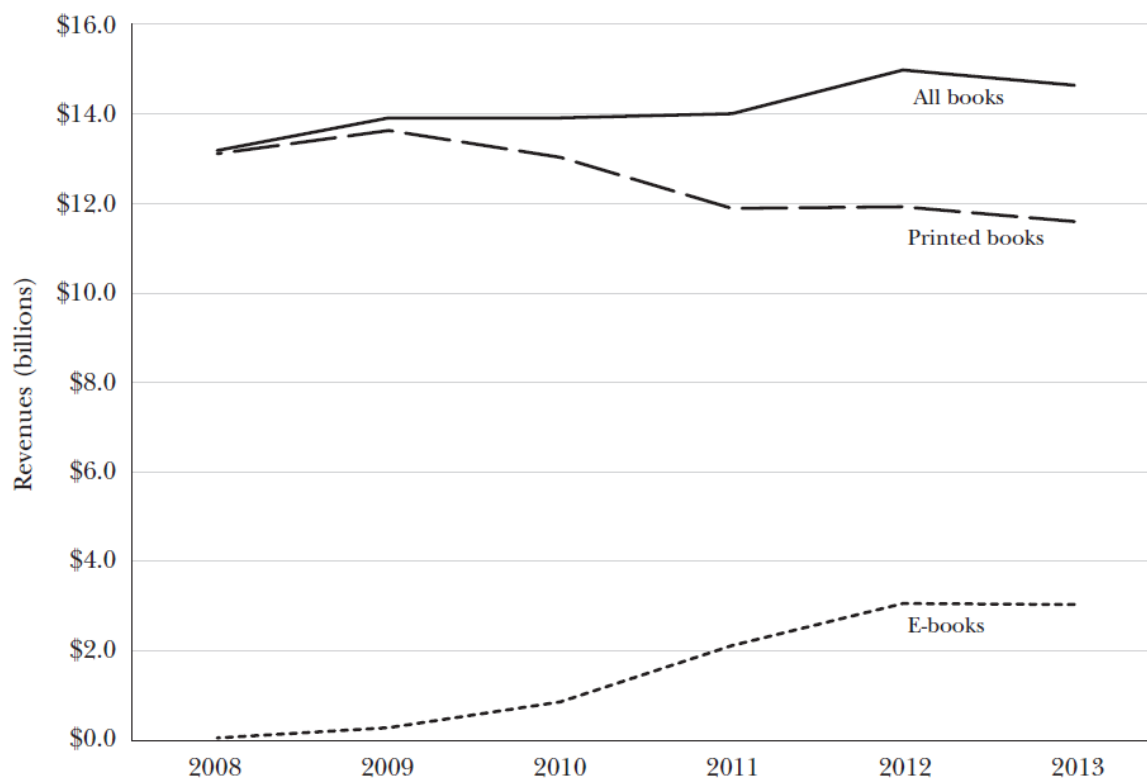
Tako imenovano revolucijo in novi trend e-knjig pa je konec leta 2007 sprožilo dobro uveljavljeno podjetje Amazon Kindle, ki je ponudilo širnemu svetu dostop do sicer tiskanih knjig v elektronski obliki, in sicer z e-bralnikom Kindle. Kljub temu, da je bila novost na trgu sprejeta v kratkem času, je vseeno postala žarišče številnih polemik, saj so se porajala okoli tega številna vprašanja, kot so "v kolikšni meri je lahko e-knjiga nadomestek za tiskano knjigo" ter "kakšno je konkurenčno razmerje med e-knjigo in e-bralnikom in kakšna je monopolna moč Amazona kot e-trgovca" in pa tretje, tudi najbolj konfliktno, razmerje med založniki ter Amazonom, ter njihove preference za različne modele določanja cen industrije, saj so založniki odločno nasprotovali modelu nizkih maloprodajnih cen, ter podpirali model "agencije", kjer založnik določi maloprodajno ceno, ki vključuje provizijo za trgovca.

Založniki so bili zaskrbljeni nad tako imenovanim "ogrožanjem" klasičnih čtiv, zato so podprli dvig cen e-knjigam, prav tako so podprli vstop Apple-a na tržišče kot novega prodajalca in že obstoječe ponudnike e-knjig, saj niso želeli, da bi Amazon prevladal pri prodaji. Vse to je privedlo do številnih in odmevnih zakonskih in pogodbenih sporov.

Kasneje so študije pokazale, da se je Amazon kljub vsemu povzpел na vrh prodajne verige, saj je s prodajo le-teh dosegel daleč najvišji odstotek. Rast prodaje e-bralnikov, po uvedbi Kindle-a, je torej nakazovala na to, da so dnevi klasičnim knjigam šteti, pa vendar se je prodaja e-knjig med leti 2012 in 2013 upočasnila, a to ni preprečilo kasnejšega dviga

povpraševanja ter procenta uporabnikov, saj je kar 76 procentov odraslih v letu 2014 (do leta 2014 le 50 procentov) že kupilo naprave za e-prebiranje (Zickuhr in Rainie 2014).

Sales of Trade E-books and Printed Books



Source: Book Industry Study Group (2011, 2014).

Notes: Trade books include adult and juvenile fiction and nonfiction and religious titles. These genres account for about one-half of all book sales. Non-trade books include educational materials and professional and scholarly books.

Slika 2: Primerjava prodaje med tiskano knjigo in e-knjigo (Gilbert, Richard J.; Journal of Economic Perspectives, Summer 2015)

2.1.2 Razlogi za digitalizacijo in njene prednosti

Žbül (2007) v svojem članku razlaga, da obstaja več razlogov za digitalizacijo, ki jih navajajo tudi zagovorniki digitalizacije svetovne tiskane dediščine. Najpomembnejša dva sta:

- ohranitev del pred naravnimi procesi, ki jih ogrožajo in
- dostopnost vsebine širokemu krogu uporabnikov.

V digitaliziranih delih je precej prednosti tudi za vzdrževalce zbirk oziroma knjižnic. Zmanjša se prostor, ki je potreben za hranjenje, veliko večja je možnost sodelovanja z drugimi podobnimi ustanovami – deljenje digitalnih virov je praktično nevidno očem uporabnikov. Zelo pomemben motiv ustanov za digitalizacijo pa je seveda tudi zmanjšanje stroškov. Digitalne knjižnice namreč ne potrebujejo toliko osebja za vzdrževanje, ne potrebujejo veliko za vzdrževanje del in ne potrebujejo več izvodov enega dela. Vendar je začetni strošek velik oziroma pogosto prevelik, tako da se ga javne ustanove težko lotijo same.

2.1.3 Težave digitalizacije

Kljub vsemu pa prihaja, pri na videz nesebičnem početju, ki so mu naklonjene tudi knjižnice, do nekaterih težav, ki ji izpostavlja Žbül (2007):

- množično kršenje avtorskih pravic,
- kakovost reproduciranega dela.

2.1.4 Digitalizacija v Sloveniji

Bončina (2012) v svojem prispevku o izposoji e-knjig govori tudi o digitalizaciji na domačih tleh in razlaga, da tudi v Sloveniji sredina devetdesetih pomeni začetek knjižne digitalizacije, katere pobudnik je bil Miran Hladnik in katere rezultat je Zbirka slovenskih leposlovnih besedil (<http://lit.ljs.si/leposl.html>). Poudarja, da je potrebno omeniti tudi zbirko BESeDA, ki jo je leta 2001 postavil in pozneje dopolnjeval tržaški rojak Franko Luin in je ob koncu desetletja obsegala skoraj 300 knjig. Po njegovi smrti pa je zbirka žal zamrla in danes spletna stran BESeDE ni več dostopna.

Več kot desetletje se z digitalizacijo slovenske literarne dediščine ukvarjajo tudi v Narodni in univerzitetni knjižnici.

2.2 E-KNJIGE, E-REVIJE IN E-ZALOŽNIŠTVO

2.2.1 E-knjige in e-revije

Ambrožič in sod. (2004) v svojem delu o informacijskem opismenjevanju razlagajo, da je po 500 letih prevlade tiskane knjige razvoj novih tehnologij omogočil izdajanje dokumentov na medijih, ki niso papir. Takrat je nastala tudi potreba po novi definiciji te vrste dokumenta, kajti Unescova priporočila iz leta 1985 (in kasnejši standard ISO 9707:1991) so glede na nastale spremembe tako v smislu obsega kot nosilca zapisa postala preozka. S pojavom **elektronske knjige** je ta vrsta dokumentov prešla iz knjižne v neknjižno obliko, iz tiskane v elektronsko obliko (s tem pa je prišlo tudi do pobude, da gradiva ne bi več opredeljevali kot knjižnega in neknjižnega ampak kot tiskanega in netiskanega). Pojem publiciranja pa je dopolnjen s pojmom dostopnosti za javnost (angl. Making available to the public).

Elektronska knjiga je »ena ali več računalniških datotek, z vsebino v enem ali več zvezkih oziroma z vnaprej določenim številom zvezkov, ki so javnosti dostopne prek računalniške mreže ali na materialnem nosilcu zapisov (na CD-ROM-u, disketi). Poleg besedila lahko datoteke vsebujejo tudi digitalne slike, animacijo in zvok (govor, glasbo ipd.) ter povezave s sorodnimi spletnimi stranmi« (Ambrožič in sod., 2004).

S preglednico 1 prikazujemo, da ima e-knjiga več prednosti kot slabosti.

Preglednica 1: Prednosti in pomanjkljivosti e-knjig (prirejeno po Ločniškar–Fidler in Fidler, 2003, str. 168–170)

PREDNOSTI	POMANJKLJIVOSTI
e-knjige so na voljo takoj, ko izidejo. Razdalja in čas nista več pomembna. Ko neka e-založba na drugem koncu sveta izda e-knjigo, jo lahko beremo že v nekaj minutah, pogosto proti plačilu	drage naprave, prezasedenost linij in zamudno iskanje po internetu
dostopnost gradiva je 24 ur na dan, 7 dni v tednu in 365 dni v letu	neenotnost zapisov, vsak proizvajalec ponuja svojo rešitev
e-knjige so lahko cenejše, saj pri njih odpadejo stroški tiskanja in distribucije	škodljiv vpliv sevanja katodne cevi starejših zaslonov
pri e-knjigah naklade in zaloge niso pomembne	sorazmerno občutljive naprave za branje (padec na tla, vlaga, vročina...)
e-knjigo lahko ob istem času bere večje število uporabnikov	manjša izbira bralnikov in cena sta zaenkrat marsikomu nedosegljivi
starejšo izdajo e-knjige na preprost način nadomestimo z novo, popravljeno, razširjeno ali dopolnjeno izdajo, staro lahko, če seveda želimo, obdržimo	dlančniki so zaradi majhnih zaslonov neprimerni za branje daljših besedil
v svoj bralnik lahko prenesemo tudi e-knjige, ki so v papirnatih izdajah že zdavnaj pošle	vloga klasičnih založnikov se bo spremenila, vedno več je elektronskih samozaložb
programi omogočajo sprotno zapisovanje opomb in podčrtavanje, kar je mogoče kadarkoli zbrisati. Prav s podčrtavanjem se povzroča velika škoda v tiskani literaturi, namenjeni učenju in študiju	velike večine e-knjig pred nakupom ne moremo prelistati, le redke založbe omogočajo branje izvlečkov ali povzetkov
možnost iskanja po ključnih besedah in Boolovih operatorjih	
na zaslonu bralnika si lahko izberemo poljubno velike črke in tako ne naprezamo oči	
omogočeni so: zvočno branje teksta, videoposnetki, animacija	
podpora hiperteksta omogoča preprosto iskanje sorodnih informacij in uporabo slovarja	
e-knjige so prijaznejše do okolja, kar seveda ne velja za naprave prostorski prihranek	
avtorji, ki ne morejo najti založbe, ki bi založila in izdala njihovo delo, lahko to storijo sami v obliki e-knjige, na primer na osebnih spletnih straneh kot samozaložniki. Brezplačni Microsoftov dodatek za Word RMR7 (Read in Microsoft Reader) omogoča, da katerokoli besedilo pretvorimo iz Wordovega dokumenta v e-knjigo, vključno z grafiko, s hiperpovezavami in stilskimi črkami. Na podoben način je v glasbi mp3 omogočil neznanim posameznikom in glasbenim skupinam prodor v svet glasbe	
ni fizičnih poškodb (npr. strgani listi), vzdrževanje je cenejše (npr. ni potrebna ponovna vezava), ne more se zgoditi, da bi naleteli na zamaščene strani, pozabljene zobotrebe in lasnice, ostanke kruha, lase, v papir zažrt vonj po cigaretnem dimu itd. (v primerjavi z javno izposajo knjig)	

E-revijo lahko zelo na široko definiramo kot katero koli serijsko publikacijo, ki je dostopna na internetu. Načini elektronskega dostopa so lahko različni, seveda pa so vse sodobne e-revije večinoma dostopne preko svetovnega spleta.

Definicijo in glavne značilnosti povzemamo po Grabrijanu (2001), ki v svojem delu navaja Rowland in Singh-a (1998): "E-revija izhaja v rednih časovnih intervalih, se elektronsko distribuira in ni omejena na zaprt krog bralcev. Ima prepoznaven naslov, urednika ter vsebuje avtorske prispevke. Lahko uporablja CD-ROM in lokalna omrežja ali internet kot sredstvo distribucije."

Glavne značilnosti e-revij so:

- lahko jih uporabljamo na domačem računalniku,
- bere jih lahko več oseb hkrati in so dostopne kadar koli in od koder koli,
- omogočeno je iskanje po besedilnih elementih,
- vključujejo lahko multimedijske elemente,
- izidejo lahko hitreje kot tiskane revije,
- omogočajo interaktivno izmenjavo mnenj, odmevov na članke z uporabo e-pošte,
- lahko uporabljajo hipertekstovne povezave znotraj revije ali izven njih,

vendar zaradi možnosti lahke reprodukcije vsebine lahko pride do težav pri varovanju avtorskih pravic (Grabrijan, 2001).

Glavna pomanjkljivost e-revij je:

- za uporabo potrebujemo ustrezno programsko in strojno opremo ter vključitev v komunikacijsko infrastrukturo (računalniška omrežja, telekomunikacije),
- naše oči se računalniškim monitorjem (zaenkrat) ne morejo prilagoditi tako kot papirju, zato so elektronska besedila težje berljiva kot tiskana. Preostaja možnost natisnjenja elektronskih besedil na papir, kar ima lahko za posledico še večjo porabo papirja (Grabrijan, 2001).

Obstajajo različni tipi e-revij, meje med njimi pa so v praksi lahko zabrisane. Urednica ameriškega imenika elektronskih revij (ARL Directory of Electronic Journals, Newsletters and Academic Discussion Lists) navaja štiri oblike e-revij (Grabrijan po Mogge, 1999):

1. samo v elektronski obliki,
2. e-revija je dvojnik tiskane revije,
3. e-revija služi kot digitalizirana arhivska kopija starih izvodov tiskane revije,
4. e-revija z novimi lastnostmi nudi možnosti, ki jih v tiskani verziji ni.

Grabrijan (2001) po Rowley-u (2000) v splošnem e-revije razdeli v dve obliki:

- revije, ki jih sicer izdajajo v tiskani obliki, a so dostopne tudi v elektronski,
- revije samo v elektronski obliki, pri katerih založnik ni nujno potreben; z njimi upravlja urednik in skupina znanstvenikov.

V naslednjih desetletjih bodo e-revije igrale temeljno vlogo v znanstvenem informiranju in komuniciranju. Obstaja verjetnost, da bodo nadomestile sedanje znanstvene revije z majhno naklado in visoko ceno, pri čemer bodo na škodi specializirani znanstveni založniki. Tiskane revije s širšim krogom bralcev (npr. naravoslovje, tehnika, medicina) bodo še vedno obdržale svoje tiskane verzije (Grabrijan, 2001).

Zahteve po prosti dostopnosti revij in hkrati po elektronskem založniškem sistemu vztrajno naraščajo. »Elektronski založniški sistem (angl. Electronic publishing system ali ePublishing system) je računalniško orodje oziroma sistem, ki omogoča urejanje in izdajanje revij s tem, da je vsebina revij (celotna besedila člankov) dostopna na internetu« (Breznik, 2011). Osrednje funkcije elektronskega založniškega sistema so:

- založniško delo in objavljanje več revij hkrati;
- vključitev pomožnih orodij v podporo uredniškemu delu (elektronski sistem za predložitev člankov, upravljanje in javna objava revije);
- podpora pri urejanju avtorskih pravic;
- podpora pri trajnem arhiviranju vsebin;
- povezovanje z drugimi bazami (Breznik, 2011).

Na sliki 2 je prikazan časopis »The Wall Street Journal« na e-bralniku.



Slika 3: E-gradivo na e-bralniku (Adria Media, 2012)

2.2.2 E-založništvo

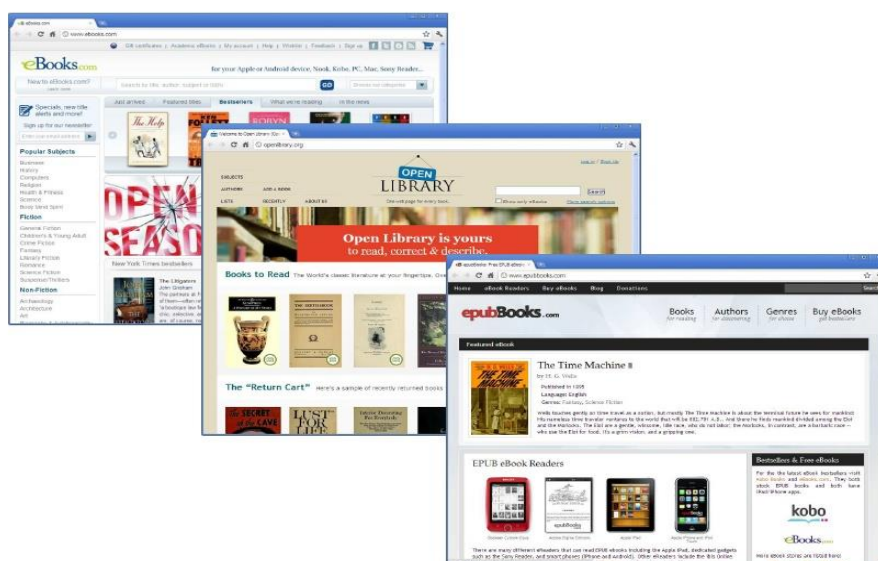
Število elektronskih založnikov se iz leta v leto večja. Zanimiv primer je Know Better (www.knowbetter.com), ki na svoji strani navaja 206 založnikov e-knjig in vabi k prijavi vse elektronske založnike, ki tega še niso storili (januar 2003). Prva elektronska knjigarna Read USA je bila ustanovljena leta 1991, danes je največja Amazon.com (www.amazon.com), ki obstaja od leta 1995. Založbe na spletu so lahko namenjene širši ali točno določeni populaciji. Elektronsko založništvo se je pravzaprav pričelo s projektom, ki še danes živi, imenovanim »Projekt Gutenberg« (Ločniškar-Fidler in Fidler, 2003).

E-knjige lahko danes kupujemo v mnogih tujih spletnih knjigarnah; večje so:

- Amazon,
- Barnes&Noble,
- O'reilly,
- Kobo,
- Google Books,
- Applov iBookstor,
- Ebooks.com,
- Book Depository.

Obstajajo pa tudi spletne strani z brezplačnimi e-knjigami, na katerih so večinoma objavljene e-knjige s potečenimi avtorskimi pravicami (slika 4):

- Openlibrary.com,
- Epubbooks.com,
- Gutenberg.org.



Slika 4: Spletne knjigarne (Majcenović, 2011)

Desetletje po tem, ko je svet začel špekulirati o e-knjigah in izpopolnjevanju elektronskih medijev, so se založniki znašli pred dilemo, katere naprave in platforme za distribucijo partnerstva so vredne tveganja vložka (čas uvedbe Apple iPad tablic). E-bralniki, kot so Kindle in Sony Reader, so sicer že uveljavljeni in dobro uporabljani, vendar so še vedno nekoliko omejeni pri funkcionalnosti in trgu. Medtem ko je naprava, na primer Kindle, dobra za zagotavljanje širših besedil, kot so romani, vendar je še vedno omejena pri zagotavljanju barv in multimedijskih elementov, kar omejuje bogatost bralnih izkušenj.

Kljub temu pa večina založnikov stremi k temu, da Amazon ter Sony Reader upoštevata tržni obseg in EPUB standarde, ter jih prilagodita, da bodo privlačni ter lažje izvedljivi. Razvijalci, kot so Amazon, so začeli razmišljati o širši in bogatejši vsebini, kar privede do tega, da bodo tehnologije še naprej prodajane kot ozko demografske. (opp. Seybold)

2.2.3 Tablični računalnik

Ko so se začele širiti novice o nameri Apple Computer, da bo trgu ponudil e-tablico, je prišlo do ponovnega trenja ter vprašanj o tem, kaj to pomeni za Kindle. Poznavalci so bili prepričani, da bo takšna tehnologija tako imenovani "Kindle morilec" ter da bi to lahko korenito spremenilo model založništva. Ob začetku prodaje iPad-a je bilo moč te napovedi brzdati zaradi mlačnega odziva potrošnikov, kar je v zameno prizadelo založnike. Potrošniki so bili sicer zainteresirani in pozorni, vendar še vedno nekoliko previdni. V pričakovanju iPad-a in drugih tabličnih novosti na trgu so pri Frank N. Associates Inc. začeli z izvajanjem fokusnih skupin, da bi ocenili vpliv potrošnikov. Natalie Suski, marketinška strateginja podjetja Frank N. Margid Associates, Inc., je po raziskavi povedala: »Raziskave kažejo, da bi potrošniki prebirali daljše in obsežnejše vsebine, če bi imeli v lasti tablični računalnik.« Povedala je tudi, da so potrošniki pogojno že pripravljeni plačati za vsebine na mobilnih telefonih in ostalih napravah, vendar v večini še vedno pričakujejo brezplačen dostop do spletnih vsebin. »Med ostalimi naj bi bila ena izmed prednosti tabličnih računalnikov tudi ta, da so tablice vedno povezane z internetom, založniki pa naj bi posodabljali ter skrbeli za redno posodabljanje,« je še dodala marketinška strateginja N. Suski. Tablične računalnike torej še vedno nadvladujejo mobilni telefoni, saj jih večina uporabnikov, za razliko od mobilnih telefonov, še vedno uporablja le doma, na daljših potovanjih in podobno, kar pomeni, da so večino časa neaktivni in v nasprotju s pričakovanji založnikov.

2.2.4 Pametni telefoni

Suskijeva poudarja, da so pametni telefoni zanimivi, priročni ter uporabnikovi redni "spremljevalci", pa vendar imajo tudi določene omejitve, kot so omejitve sprejemanja in shranjevanja velikosti vsebin.

"Elektronsko založništvo predstavlja približno pet odstotkov založništva," pravi Amy Marson, publicistka, C&T Publishing, Concord, CA, in dodaja "V letu 2009 smo začeli prodajati prenose knjig, v več kot 1000 izvodih tiskanih knjig, vendar v e-obliki. Verjamemo, da so iPhone in ostali pametni telefoni idealni za nekatere vsebine, ki jih

nudimo, in ko bodo vse vsebine dostopne še v polni barvni resoluciji in kvaliteti, bomo mi že pripravljeni z EPUB oz. z najboljšimi datotekami, ki bodo najbolj kompatibilne ter primerne za brezhibno delovanje s temi napravami.”

Trenutno je navečje povpraševanje s strani uporabnikov pametnih telefonov, ki želijo aplikacije. ”Ustvarili smo samo eno aplikacijo za iPhone v letu 2009, vendar jih nameravamo ustvariti še najmanj tri,” še zaupa Marsonova, medtem ko Eric Gross, direktor marketinga pri založništvu F.A. Davis Company dodaja: ”Imamo vse več prodajalcev, ki skrbijo za našo ponudbo, ki trenutno obsega različne mobilne in spletne oblike za iTouch, iPhone, Android in pa Blackberry. Te so pri naši bazi strank zelo priljubljene.”

2.2.5 Stanje na slovenskem trgu e-založništva

Če pogledamo še na domači trg, ugotovimo, da je bila prva domača založba e-knjig Ruslica (<http://www.ruslica.si>), ki je od konca leta 2008 pod okriljem dnevnika Večer. Poleg Ruslice je nekaj aktivnosti okoli e-knjig v zadnjih letih pokazala tudi skupina Mladinska knjiga, ki je pri nas med prvimi (nekje v letu 2009) začela prodajati e-bralnike.

2.2.6 Plačevanje in izposoja e-knjig

Predstavniki največjega ameriškega knjigarnarja Amazon so napovedali, da bodo temeljito spremenili način plačevanja avtorjem, ki elektronske knjige izdajajo v samozaložbi. V programu elektronske izposoje in programu »kindle unlimited« namreč ne bodo več obračunavali celih knjig, ampak samo prebrane strani.

Z novim modelom se hočejo znebiti avtorjev, ki poskušajo služiti s kratkimi, večinoma slabo napisanimi elektronskimi knjigami, pri katerih sta običajno privlačna samo naslov in opis vsebine ter v nasprotju s tem nagraditi avtorje, ki se bodo potrudili z zapletom in bodo znali voditi bralca med elektronskimi stranmi.

2.2.7 Plačevanje po porabi

Elektronski bralniki zelo natančno poznajo bralne navade uporabnikov. Beležijo iskalniško in nakupovalno zgodovino ter spremljajo »klike« na zaslonu. Vedo, katero revijo ali knjigo beremo, kako hitro listamo elektronske strani, kje pustimo zaznamke in kdaj nehamo brati. Te podatke pošiljajo prodajalcu in lastniku elektronske platforme, zato pri Amazonu natanko vedo, kakšna je bralnost posamezne knjige. To pri tiskani izdaji ni bilo mogoče.

Plačevanje prebranih strani zelo dobro povzema poslovno filozofijo ustanovitelja Amazona Jeffa Bezosa, ki jo je v neavtorizirani biografiji opisal ameriški novinar Brad Stone. Bezos v vsakem pismu delničarjev najbolj poudari interese potrošnika: pravico do najboljše izbire za najnižjo ceno. Za potrošnika je plačevanje po prebrani strani zagotovo ugodnejše, kot kupovanje ali izposoja cele knjige, pri kateri ne ve, kaj se skriva za naslovnico in privlačnim opisom. Takšno zaračunavanje pa ni samo cenovno ugodnejše, ampak se na prvi pogled zdi tudi privlačnejše.

Amazonovo preštevanje in plačevanje prebranih strani zato ni le poslovni eksperiment in nova skrb za založniško dejavnost. Ideja popolne odmerjenosti je zelo blizu tudi prevladujočemu ekonomskemu in političnemu pogledu na družbo, kjer so državo in državljane nadomestili trg in tržna razmerja med ponudniki in potrošniki. To je družba, v kateri je vse manj prostora za skupino.

2.2.8 Digitalne knjižnice

Glede e-revij in strokovnih člankov pa moramo omeniti še slovenske knjižnične sisteme in dogajanje na področju znanstvenega založništva. Pri nas lahko do nekaterih vsebin že dolgo dostopamo preko spleta.

Leta 1997 smo razvili Platformo COBISS – Kooperativni online bibliografski sistem in servis (COBISS.si), ki nam omogoča, da lahko preko spleta poiščemo gradivo, ki ga potrebujemo, preverimo razpoložljivost, ga rezerviramo in si ga kasneje v knjižnici, v tiskani obliki, tudi izposodimo.

Digitalna knjižnica Slovenije (DLIB) je knjižnica na spletu, ki je na voljo vsem – kadarkoli in kjerkoli, prek računalnika ali mobilnega telefona. Obstaja od konca leta 2005 (dLib, 2012).

NUK – portal informacijskih virov (<http://www.nuk.uni-lj.si/nuk/mreznik.asp>) – je portal z več kot 330 izbranimi informacijskimi viri, ki so namenjeni iskanju znanstvene in strokovne literature, kot so: elektronske revije, knjige, enciklopedije, slovarji itn; bibliografski zapisi o člankih, knjigah, disertacijah itn; statistični podatki, zvočni posnetki ter druge informacije.

Digitalna knjižnica Univerze v Mariboru (DKUM) je enotna vstopna točka za dostop do elektronskih informacijskih virov, ki nastajajo na Univerzi v Mariboru, ali jih kupuje za potrebe znanstvenoraziskovalne, strokovne in umetniške dejavnosti na Univerzi v Mariboru.

2.2.9 Tehnični pripomočki in programska oprema za branje E-gradiv

Pri branju e-gradiv si lahko pomagamo z veliko paleto strojne opreme oz. tehničnih pripomočkov (splet preko računalnika, pametni telefoni, bralniki, tablični računalniki, dlančniki ipd.). Narodna in univerzitetna knjižnica Slovenije je v maju 2012 objavila navodila za izposajo več kot 70.000 e-knjig, ki jih lahko prebiramo na osebnih računalnikih ali prenosnih napravah.

Za izposajo in branje digitalno zaščitene e-knjig, ki so na voljo v **mEga** iskalniku NUK-a, potrebujemo:

- Adobe ID (tj. uporabniško ime in geslo), ki omogoča avtorizacijo različnih naprav in programov namenjenih branju in izposoji e-knjig,
- osebni račun v mEga iskalniku,
- brezplačen program Adobe Digital Editions (Bončina, 2012).

Branje e-knjig je sedaj možno na številnih napravah, ki so kompatibilne z Adobe Digital Editions, med drugim tudi na:

- Android,
- iPad (Apple),
- Galaxy Tab (Samsung),
- Windows,
- seznam ostalih naprav je dosegljiv na <http://blogs.adobe.com/digitalpublishing/supported-devices>,
- bralniki Kindle ne podpirajo izposoje digitalno zaščitenih e-knjig (izjema je tablica Kindle Fire), tako da izposoja knjig na teh napravah trenutno ni možna (Bončina, 2012).

Na tujih trgih obstaja še veliko drugih tehničnih pripomočkov v obliki bralnikov in programskih rešitev, vendar smo ob prebiranju literature na to temo izvedeli, da ima praktično vsak večji založnik oziroma prodajalec knjig tudi svoj e-bralnik. Pomembna je torej celotna platforma. E-knjige lahko sicer kupimo kjerkoli, a vprašanje je, ali bo naš računalnik, opremljen s programskim bralnikom, knjigo znal prebrati in prikazati na pravi način. Isto velja za določen e-bralnik.

2.2.10 Tipi datotek

E-bralniki lahko prikazujejo različne vrste datotek, vendar ima vsaka naprava svoj izbor podprtih tipov. Najpomembnejša tipa datotek sta Amazonov tip datoteke in datoteke Epub. Podjetje Amazon je največja spletna knjigarna na svetu z globalno distribucijo vsebin in produktov. Zato je tudi največ e-knjig na voljo prav v njihovem tipu datoteke, ki delujejo predvsem z njihovimi e-bralniki. Vendar vse te knjige celemu svetu niso enako dosegljive. Amazon geografsko omejuje dostopnost določenih naslovov, kar je na voljo v ZDA, mogoče ni v Evropi in obratno. Amazon ima torej svoj format .azw in podpira .mobi, ne zna pa prebrati formata .epbu, ki je narejen kot odprt standard (Tomić, 2012).

Epub pa je odprt standard za e-knjige, ki ga je razvil International Digital Publishing Forum (IDPF). Omogoča prikaz besedil na način, ki se prilagodi velikosti zaslona, na

katerem ga beremo. Mišljen je bil kot univerzalen tip datoteke za e-knjige, ki bi deloval na vseh napravah (Majcenović, 2011).

Poznamo pa še tretjo vrsto datoteke, ki je zelo pogosta. Gre za PDF (Portable Document File) datoteko podjetja Adobe. Namenjena je predvsem elektronski izmenjavi tiskanih dokumentov, zato vsebino prikazuje na zaslonu tako, kot bi bila videti natisnjena. Ta tip datoteke ni primeren za e-bralnike, a je vendar tako pogost, da ga moram omeniti (Majcenović, 2011).

Povedati moramo, da je šele tretja generacija Kindla dobila možnost branja PDF-formata. Datoteke PDF so namenjene predvsem pregledovanju in prebiranju oblikovanih strani in so zato na majhnih zaslonih neberljive. Prav tako so datoteke PDF večje, okornejše za branje, občutljive na različne različice bralnikov in grafično zahtevne. Osnovna razlika je torej v tem, da so datoteke PDF namenjene izpisu, elektronske knjige pa prebiranju po zaslonu (Večer–Ruslica, 2012).

Glede na zgoraj zapisano, vidimo, da zaradi večih tipov datotek in različne podpore e-bralnikov hitro pride do potrebe po pretvorbi enega tipa datoteke v drugega. Pri pretvarjanju med tipi si lahko uporabnik pomaga s programom Calibre. Ta program skrbi za uporabnikovo digitalno knjižnico in prenašanje e-knjig na e-bralnik.

2.2.11 Upravljanje digitalnih pravic

Upravljanje digitalnih pravic (DRM) je širok pojem, ki opisuje številne tehnike za omejevanje brezplačne uporabe in prenosa digitalnih vsebin. Upravljanje digitalnih pravic je daljnosežen izraz, ki se nanaša na vsak program, ki nadzoruje dostop do avtorsko zaščitene vsebine, z uporabo tehnoloških sredstev. DRM zaščita na e-knjigah omejuje dostop, kopiranje in tiskanje vsebin v skladu s pravili, ki jih določa nosilec avtorskih pravic (E-knjiga, 2011).

2.2.12 Primerjava stroškov izdaje elektronske in papirne oblike strokovnega gradiva

Mario Pušič, ki se ukvarja z digitalno dokumentacijo, je v sodelovanju s podjetjem E-knjiga (<http://www.eknjiga.si> in <http://www.eknjiga.eu>) postavil prvo slovensko elektronsko knjigarno z začetnim naborom 250 knjižnih naslovov. V intervjuju za Delo je pred koncem leta 2011 izjavil, da se bo cena e-knjig oblikovala glede na osnovno ceno, ki je določena s tiskano različico knjige. E-knjigarnarji, predvsem večje multinacionalke, izvajajo različne pritiske na ceno elektronskih knjig, vendar se te cene v zadnjem času sicer nekoliko popravljajo. V preteklosti je bila cena teh knjig največ 9,99 evra, sedaj pa cene rastejo, obstajajo pa določene psihološke meje: 99 centov, 1,99 evra, 4,99 evra, 49 evrov, ki so bile določene kot neke miselne pregrade, koliko je človek pripravljen plačati za določeno elektronsko vsebino. Omenjen strokovnjak pravi, da se uveljavlja trend, ki kaže, da bodo elektronske knjige v povprečju za 25 do 50 odstotkov cenejše od ekvivalentne tiskane izdaje. Distributerji imajo v pogodbah določeno najvišjo ceno, ki jo lahko dosežejo za elektronsko izdajo glede na njeno tiskano ceno. Največja prodajna cena pri Applu je 49,99 dolarja, na Amazonu pa 200 dolarjev (Repovž, 2011).

Če pogledamo še drugi vir, avtorja Banoviča, v članku iz leta 2012, ki predstavlja e-knjige v povezavi s stroški na primeru tabličnih računalnikov in opisuje stanje založniškega sveta, ki se trenutno resno srečuje s finančno krizo, izvemo, da je 80 % projekta izdaje nove edicije nadomestilo oglasno trženje, preostalo pa se je pokrilo iz redne prodaje, vendar že dolgo ni več tako. Danes se založniki srečujejo z vedno večjimi stroški dela, tiska in distribucije, denarja iz oglasnih prihodkov pa ni več toliko kot včasih.

Avtor na primeru malega založnika, ki izdaja mesečno revijo malega formata z okoli 100 stranmi, vredno v redni prodaji 2 evra, ki jo natisne v 10.000 izvodih in distribuira svojim strankam, razlaga še stroškovno plat. Založnik se srečuje z naslednjimi stroški: cena tiska in distribucije sta vsaj 1,20 € na izvod, provizija uličnim prodajalcem pa znaša najmanj 30 %. Tako založniku na koncu meseca ne ostane veliko, saj se srečuje tudi z neprodanimi izvodi, ki tudi pomenijo strošek v obliki arhive in uničenja. Zaradi takšnih vse pogostejših

primerov je mlado slovensko računalniško podjetje MLI-medija razvilo nov izdelek, ki so ga poimenovali rBook. Sistem bi naj te stroške odpravil, saj je razvit v tehnologiji, ki povsem podpira vse tablične računalnike brez dodatnih namestitev gonilnikov ali dodatne programske opreme. Rešuje različnost operacijskih sistemov iOS, Android in Windows ter njihovih bralnikov ter brskalnikov.

2.3 STROKOVNI SPLETNI PORTALI

Za lažje razumevanje, kaj je spletni portal, v nadaljevanju tega poglavja podajamo glavne značilnosti portalov in primerjavo s spletno stranjo.

2.3.1 Spletni portali

Beseda »portal« izhaja iz latinske besede »porta« – vrata. Na področju IT označuje koncept enotne vstopne točke, preko katere uporabniki dostopajo do vsebin, ki jih bodisi želijo sami ali pa jim jih portal ponudi na osnovi poznavanja njihovega profila.

Ker želimo uporabniki v čim krajšem času priti do čim kakovostnejših informacij, je pri postavitvi portala potrebno dobro razmisliti o vsebini portala, njegovi strukturi in paziti na to, da bo uporabniku čim bolj prijazna. Uporabnik mora do željene informacije priti v čim krajšem času, torej mora imeti izjemno dober iskalnik, informacije morajo biti ažurne in kvalitetne, predvsem pa morajo zagotavljati varnost.

Ko govorimo o portalu, imamo v mislih skupek kanalov, grafičnih elementov, vsebin, navigacije, povezav, pomoči, administrativnih funkcij, raznih iskalnih orodij in aplikacijskih dodatkov. Tako bi lahko portal opredelili z uporabnikovega zornega kota, s strani urednikov, vendar je portal tehnologija, ki omogoča ločitev vsebine od uporabniškega vmesnika in uredniku omogoča lažje dodajanje in spreminjanje vsebin (Google sites, 2012a).

Lastnosti portalov:

- široka dostopnost – navadno spletna aplikacija,
- enotna vstopna točka do vseh vsebin portala,
- integracija vsebin, ki jih portal pokriva,
- avtomatska personalizacija glede na profil uporabnika,
- možnost nastavljanja informacijskih kanalov (E-študij.si, 2010).

V primerjavi s klasičnimi aplikacijami imajo portali določene prednosti:

- prilagodijo vsebino posameznim skupinam uporabnikov,
- omogočajo selektiven prikaz po pomembnosti (glede na pomembnost informacije za posamezno skupino uporabnikov),
- omogočajo enostavne osebne prilagoditve prikazov,
- omogočajo oddaljen 24-urni dostop do informacij in storitev,
- poenostavljajo upravljanje (za dostop potrebujemo le brskalnik),
- poenostavljajo nadzor (nadzor je centraliziran),
- omogočajo nove možnosti povezovanja podatkovnih virov (uporabnik ima znotraj enotnega vmesnika na voljo več notranjih in zunanjih virov informacij ter storitev),
- omogočajo hitrejši prenos znanja med uporabniki (osvežene informacije so dostopne takoj po spremembi; uporabniki so obveščeni o spremembi) (E-študij.si, 2010).

2.3.2 Razlika med portalom in spletno stranjo

Google sites (2012d) poudarja, da spletni portali niso isto kot spletne strani. Glavna razlika je v orientiranosti. Spletna stran je orientirana na institucijo, storitev ali pa temo, ki jo pokriva, medtem ko orientacijo spletnega portala na prvem mestu označuje uporabnik. Tako portal nudi naš oziroma uporabnikov pogled na svet in ne pogled institucije. Portal nudi tudi številne storitve različnih vrst ter vsebine. Zato je tudi sam izgled in delovanje spletnega portala popolnoma prilagojeno uporabniku, medtem ko so obiskovalci spletnih strani prisiljeni pasivno opazovati enako vsebino in obliko podanih informacij na spletni strani.

Po vsem naštetem spletno stran označuje neprilagodljivost, kar za portal ni priporočljivo. Portal mora biti, v najširšem pomenu besede, kar se da prilagodljiv. K prilagodljivosti pa med drugim štejemo tudi tematiko prikazanih podatkov in povezav do njih ter delovanje iskanja, tukaj pa se pokaže še ena razlika med portalom in spletno stranjo. Na spletni strani moramo željene podatke poiskati sami, spletni portal pa nam zna že takoj ponuditi podatke, ki bi jih lahko potrebovali ter nam je v veliko pomoč pri iskanju še preostalih uporabnih podatkov.

Spletne strani so tudi manj prilagodljive kot portali, saj spletne strani uporabnik ne more spreminjati in ne more vplivati na to, medtem ko se spletni portal spremeni, če uporabnik izrazi željo po tem.

2.3.3 Vrste portalov

Portali se delijo na različne tipe v odvisnosti od vsebin in funkcionalnosti, ki jih ponujajo, ter glede na tehnološke osnove, na katerih so izdelani. Na primer delitev glede na:

- funkcionalnost ali vsebino,
- vrsto končnega uporabnika,
- obliko specializacije vsebin,
- uporabljeno tehnologijo rešitve,
- vrsto omrežnega dostopa,
- vrsto podatkovnega skladišča,
- vrsto možnih tehnologij na strani odjemalcev,
- heterogenost uporabljenih tehnologij (E-študij.si, 2010).

Ena možnih delitev portalov je na informacijske in storitvene portale:

- informacijski portali: namen informacijskih portalov je omogočiti čim lažji dostop do podatkov;
- storitveni portali: storitveni portali poleg dostopa do podatkov omogočajo tudi opravljanje posameznih storitev.

Tehnologija informacijskih portalov je precej bolj enostavna kot tehnologija storitvenih portalov (E-študij.si, 2010).

3 MATERIAL IN METODE

3.1 METODE

Za pridobitev osnovnih spoznanj za izdelavo strukture spletnega portala, ki bi vseboval strokovna in znanstvena gradiva iz področja lesarstva, smo pregledali obstoječe rešitve. V ta namen smo analizirali nekaj spletnih strani in portalov s strokovnimi in znanstvenimi revijami s področja lesarstva.

V pregledu objav smo že preučevali, kako se lahko poslužujemo metode digitalizacije in kako preoblikovati obstoječa tiskana gradiva v digitalno obliko.

Ker vemo, da se digitalna oblika vse bolj uveljavlja, bomo s pomočjo ankete preverili, ali s tem klasična oblika revij in člankov izginja in ali se ljudje še kljub temu raje poslužujejo klasičnih oblik. Prav tako bomo s pomočjo vprašalnika izvedeli, kakšne informacije si ciljna publika na njem želi prebirati ter kako do informacij prihajajo sedaj.

Predvidene raziskovalne metode pri nastajanju tega dela:

- analiza spletnih portalov in/ali strani, na katerih so objavljeni strokovni in znanstveni članki ter revije s področja lesarstva,
- analiza informacijskih potreb v slovenskih lesnih podjetjih s pomočjo spletnega anketnega vprašalnika,
- postavitve modela spletnega portala strokovnih in znanstvenih gradiv s področja lesarstva, ki je prikazan v poglavju 4.3.

3.1.1 Pregled in analiza revij, spletnih strani in portalov strokovnih in znanstvenih gradiv s področja lesarstva

Analize obstoječih revij, spletnih strani in strokovnih spletnih portalov smo se lotili, ker želimo preveriti, kaj v tiskani obliki in na spletu na to temo že obstaja. Zanima nas, kako obstoječe revije izkoriščajo splet in na kakšen način komunicirajo s svojo ciljno publiko, kaj jim ponujajo in kakšna spletna orodja uporabljajo. Primerjati želimo tovrstne vire v Sloveniji in tujini.

Z analizo želimo oceniti, kako se lahko uporabnik ali bralec neke tiskane revije pri iskanju informacij poslužuje obstoječih elektronskih virov. Preučili bomo najbolj pogosto uporabljena gradiva in vire s področja lesarstva. Pozornost posvečamo predvsem:

- tiskani reviji in njenim lastnostim (vsebina, kdo je založnik, čas izhajanja, število izvodov na leto, naklada, cena, kje in kako se distribuira, kdo jih financira ipd.),
- preglednosti portala/spletne strani, če ga revija ima (prednosti in slabosti),
- ažurnosti vsebine,
- novicam na spletnih straneh,
- možnostim za iskanje po posameznih člankih ali revijah,
- obstoju arhiva gradiv in kakšen je dostop do njega,
- načinu vključevanja uporabnikov pri objavah ali razpravah.

S tem želimo tudi predstaviti, kako obsežen je ta trg in oceniti, koliko bralcev ima.

3.1.2 Anketni vprašalnik o informacijskih potrebah lesnih podjetij

Ker je portal, katerega model bo rezultat te raziskave, namenjen predvsem strokovnjakom iz lesnih podjetij, smo izvedli anketiranje le-teh z namenom dobiti informacijo o tem, kakšno je trenutno stanje informacijskih potreb lesnih podjetij in njihovo zadovoljstvo z obstoječimi strokovnimi spletnimi viri ter storitvami, hkrati pa želimo dobiti informacijo o kakovosti prosto dostopnih ali plačljivih strokovnih gradiv na področju lesarstva. Zanima

nas tudi, če so lesna podjetja pripravljena za tako strukturirane in ažurne informacije tudi plačati in če vidijo v portalu dodano vrednost. Vprašalnik se nahaja v Prilogi 1. Vprašanja so večinoma zaprtega tipa, kjer so se uporabniki lahko odločili za enega izmed podanih odgovorov. Sicer pa so imeli na razpolago predvsem tip vprašanj v obliki lestvice, kjer so se lahko odločali za podajanje ocene in navedeno trditev rangirali od 1 (nepomembno) do 4 (zelo pomembno). Vprašalnik smo na podlagi podanih odgovorov grafično obdelali in dodali razlago v obliki dodatnega besedila.

3.1.3 Vzorec podjetij za anketiranje

Vprašalnik, oziroma pisno anketo, smo želeli nasloviti na vsa večja podjetja lesne panoge in tudi na njihove dobavitelje. Naslove vseh lesnih podjetij in dobaviteljev smo pridobili iz različnih virov: s pomočjo spletnih imenikov (Poslovni imenik bizi.si, PIRS – Poslovni informator Republike Slovenije, AJ PES – Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve, Rabim.info – največja baza podatkov o ponudbi podjetij in obrtnikov), iz revij in drugih objav ter iz obstoječe lastne baze. Sprva smo se z zaposlenimi v teh podjetjih želeli srečati osebno, prav tako smo, s pomočjo predhodnih najav obiska po telefonu, anketne vprašalnike poizkusili osebno dostaviti v izbrana podjetja. Ugotovili smo, da osebni obisk podjetij s pomočjo anketnega vprašalnika ni ustrezen način zbiranja podatkov, saj je bil odziv zelo slab. V večini podjetij so imeli nešteto vzrokov, zakaj ne morejo izpolniti vprašalnika, ter so povedali, da ga želijo prejeti po elektronski pošti. Iz tega razloga smo se odločili za uporabo spletnega vprašalnika, ki smo ga, s pomočjo spletnega servisa »Survey Monkey«, izdelali za izdelavo anket ter z določenega spletnega mesta poslali »linke« (povezave) na vse elektronske naslove iz naše baze podatkov. S pomočjo teh sistemov smo anketirance v elektronskem sporočilu povabili k sodelovanju. Naslovnik v tem sporočilu prejme povezavo do spletnega mesta z vprašalnikom in tako reši anketo kar z direktnim odgovarjanjem v spletnem oknu. Spletni servis nam omogoča takojšnje zbiranje odgovorov in beleži rezultate. Anketiranje smo izvajali v času med 1. in 31. majem 2012. Skupaj je bilo poslanih 659 vprašalnikov, od katerih je bilo izpolnjenih 42. Na podlagi prejetih odgovorov smo naredili analizo, ki jo predstavljamo v Poglavju 4.

3.2 MATERIALI

3.2.1 Izbor revij, spletnih strani in portalov s področja lesarstva, ki zajemajo strokovna in znanstvena gradiva

V raziskavo smo poskušali vključiti čim več revij, spletnih strani in portalov s področja lesarstva. Nekaj smo jih že poznali, ostale pa smo poiskali s pomočjo iskalnikov na internetu. Več o samih portalih in revijah je predstavljeno v poglavju 4.1. V raziskavo smo vključili naslednje domače in tuje revije ter domače in tuje portale:

a) DOMAČE REVIJE in portali (primeri):

- LesWood (revija je leta 2012 prenehala izhajati),
- Lesarski utrip,
- revija Hiše,
- revija Naš dom,
- revija Ambient,
- Gozdarski vestnik (<http://www.dendro.bf.uni-lj.si/gozdv/gozdv.html>),
- Acta Silvae et Ligni – ASetL (<http://www.forestry.bf.uni-lj.si/>),
- Portal gozdarskega inštituta Slovenije (<http://www.gozdis.si>),
- Portal Lesena gradnja v Sloveniji, rubrika članki infoLES (<http://www.lesena-gradnja.si>);

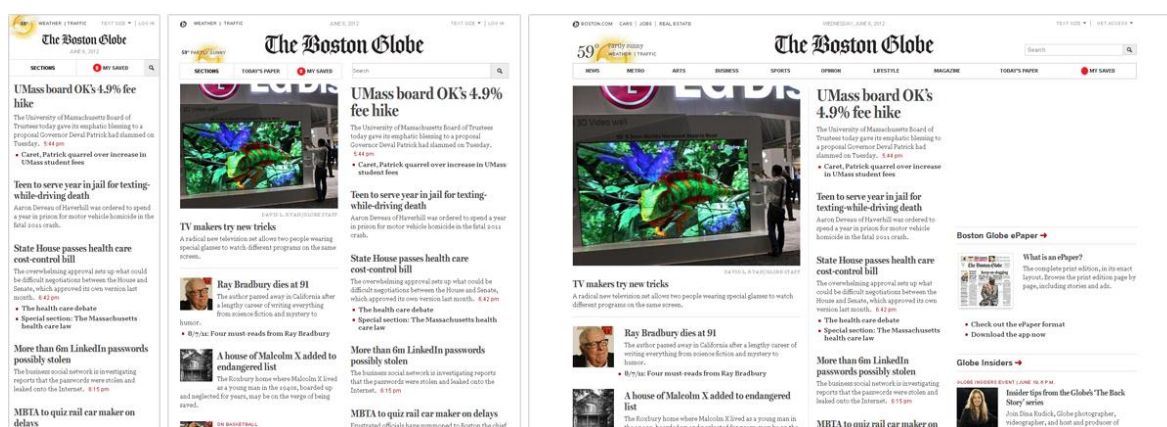
b) TUJE REVIJE in portali (primeri):

- Drvna industrija,
- revija Wood Magazine.

3.2.2 Postavitev modela spletnega portala strokovnih in znanstvenih gradiv s področja lesarstva

Z vsemi zbranimi informacijami in ugotovitvami bomo postavili model spletnega portala strokovnih in znanstvenih gradiv s področja lesarstva ter naš načrt za postavitev opisali tudi s tehničnega in z vsebinskega vidika. Tehnično nameravamo zagotoviti predvsem iskalec po vzoru digitalnih knjižnic in podobnih portalov. Model portala predstavljamo v poglavju 4.3., kjer je prikazan s hierarhično strukturo glavnih modulov, na katere se smiselno vežejo druge vsebine. Grafično bo portal sledil najnovejšim smernicam. Uporabili bomo »Responsive Web Design«.

Responsive Web Design (RWD) oz. slovensko – odziven spletni design, je način izvedbe, ki se prilagaja mediju, na katerem se nahajamo. V praksi to pomeni, da imamo eno spletno stran, do katere lahko dostopamo preko različnih naprav in brskalnikov. Njena vsebina pa bo vedno enaka in optimalno pripravljena za naš medij. Nahajamo se v svetu, ko uporabniki do naših strani dostopajo preko namiznih računalnikov, prenosnih računalnikov, tabličnih računalnikov ali mobilnih telefonov. Poleg vrste različnih naprav in njihovih resolucij pa so tu še različni brskalniki. Da bi lahko zagotovili optimalno spletno izkušnjo in maksimalno izkoristili medij, ki ga imamo na voljo, pa uporabimo Responsive Web Design. Pogoj je seveda pravilna izvedba izvajalca (Pomagalnik – Strokovnjak za digitalne medije, 2015).



Slika 5: Eden najbolj znanih primerov Responsive Web Design-a – The Boston Globe (Pomagalnik – Strokovnjak za digitalne medije, 2015)

4 REZULTATI

4.1 ANALIZA STROKOVNIH IN ZNANSTVENIH GRADIV S PODROČJA LESARSTVA

4.1.1 Revije s področja lesarstva

V preglednicah 2 in 3 so zbrani podatki o slovenskih in tujih revijah s področja lesarstva. Splošna ugotovitev je, da so na slovenskem trgu na voljo večinoma tiskane izdaje revij.

Preglednica 2: SLOVENSKE lesarske strokovne in znanstvene revije

Revija:	Opis vsebine:	Založnik:	www:	Cena tisk. izd.:	Tiskana izdaja – letna naročnina:	E-oblika:	Izhaja od:	Št. izdaj /leto, naklada:	Opomb, do datne storitve:
Lesarski utrip	strokovno-informativna revija za sodobnega lesarja	Si.natura d.o.o.	http://www.sinaura.si		63 eur + DDV	NE		4 št. letno (naklada 1500 izvodov) ter Lesarski almanah (naklada 8000)	E – Borzomat (http://www.borzalesa.com) brezplačno*
Hiše	revija za nove razsežnosti bivanja	Internova d.o.o., Ljubljana	http://www.revijahise.com/		33.60 eur			7 št. letno	
Naš dom	revija za praktičnost, lepoto in kulturo	ČPZ Večer, Maribor	http://www.nasdom.net		19.38 eur	Da, uvodnik in kazalo	1967	15.700 (december 2006), Izid: vsaka dva meseca	Revija na iPadu, Nokiah (Symbian) in na Androidu
Ambient	dom, dizajn, arhitektura, kultura	Delo-revije, Ljubljana	http://www.revijaambient.si/	5,01 eur	24,48 eur	Da, nasl. in kazalo, pos. članki	1998	6, Izid: vsaka dva meseca	
Acta Silvae et Ligni ASetL	Strokovni članki	Gozdarski inštitut Slovenije, Odd. za gozdarstvo in obn. vire in Odd. za lesarstvo Bioteh. Fak.	http://www.forestry.bf.uni-lj.si	6,26 eur		Da, članki	1998	3 izvodi letno	Sofinancira JAK
	Opomba: ta revija se je prej imenovala »Zbornik gozdarstva in lesarstva. Več informacij in letniki do 2013 na povezavi: http://www.dendro.bf.uni-lj.si/gozd/okvir.htm								
Gozdarski vestnik		Zveza gozdarskih društev Slovenije	http://www.dendro.bf.uni-lj.si/gozd/gozd.html	6,26 eur	Individ. naročnina 33,38 eur, za dijake in študente 20,86 eur, inozemstvo 60 eur, za podjetja 91,80 eur.	DA, članki	1998, 70 let	10 števil	Gozdarski vestnik je referiran v mednarodnih bibliografskih zbirkah: CAB Abstract, TREECD, AGRIS,

* Opomba k tabeli: Borzomat je interaktivni pripomoček na internetu, s katerim si lahko obiskovalec na enostaven način pomaga pri nakupu in prodaji hlodovine, žaganega lesa, polizdelkov, izdelkov in storitev. Borza lesa je brezplačna za naročnike revije Lesarski utrip, kjer so brezplačno objavljeni tudi mali oglasi.

Preglednica 3: TUJE lesarske strokovne in znanstvene revije

Revija:	Opis vsebine, namen:	Založnik:	www:	Tiskana izdaja – posamezna št.:	Tiskana izdaja – letna naročnina:	E- oblika:	Izhajad:	Št. izdaj /leto, naklada:	Opombe, dodatne storitve:
Drvena industrija	Znanstveno strokovni časopis o drveni industriji	Šumarski fakultet Sveučilišta u Zagrebu	http://drvnaindustrija.su mfak.hr/		42 eur	Da (le nekaj člankov iz zadnje izdaje v pdf formatu), ni plačljiva	1995	4-krat letno	
Wood magazine			http://www.woodmagazine.com	7,95 \$	28 \$ letno	Da, plačljivo			

4.1.2 Analiza obstoječih strokovnih spletnih portalov

1. **Spletna stran revije LesWOOD** – v času izvajanja raziskave je revija LesWood, po 64 letih, leta 2012 prenehala izhajati.
2. **Portal gozdarskega inštituta Slovenije (<http://www.gozdis.si>)** – ponuja samo povezavo do revije **Acta Silvae et Ligni**, ni pa na tej strani tudi objavljena njena vsebina. Spletna stran je namenjena predvsem predstavitvi raziskovalnega zavoda. Na spletni strani lahko obiskovalec najde izsledke različnih raziskav in brošure – v meniju »publikacije«, ki so razdeljene na dva dela (prosto dostopne in plačljive, vendar v podmeniju »za prodajo« še ni gradiv). Ponujena je tudi povezava do »gozdarske knjižnice«, ki se nahaja na spletni strani Biotehniške fakultete.
3. **Acta Silvae et Ligni – ASetL (<http://www.forestry.bf.uni-lj.si/>)** – do leta 2012 sta se tako revija kot spletna stran imenovala Zbornik gozdarstva in lesarstva. Na spletni strani lahko najdemo od leta 1998 do leta 2012 arhivske številke Zbornika, kakor tudi tekoče vsebine Acta silvae et Ligni. Zelo vidno je tudi navedena online in tiskana ISSN-številka. Uporabnik lahko posamezne članke glede na posamezno številko prebira v pdf obliki. Možno je dostopati tudi do povezav, ki so objavljene, in si prebrati pomembnejše informacije, npr.: napotki avtorjem prispevkov, osnovni podatki o zborniku, navodila za objavo grafik, navodila recezentom za klasifikacijo člankov.
4. **Portal Lesena gradnja v Sloveniji, rubrika članki infoLES (<http://www.lesena-gradnja.si>)** – na spletni strani lahko obiskovalec najde vse o gradnji z lesom in lesenih hišah. Portal je narejen v sodobni tehnologiji. Omogočeno je deljenje vsebin preko socialnih omrežij: Facebook, Twitter, prejemanje RSS-novic in povezava do ogleda na YouTube kanalu. Portal ponuja tudi že vgrajene videoposnetke, prevod v angleščino in nemščino, obiskovalci pa se lahko naročijo na njihove »Novice«.

5. **Drvena industrija (<http://drvnaindustrija.sumfak.hr>)** – ta hrvaška revija izhaja v tiskani in e-obliki. Na svoji spletni strani sproti objavlja nove številke, izhaja pa že od leta 1995. Stran in vso vsebino (tudi članke) je možno prebirati po posamezni številki, vsak članek v pdf formatu in celo v dveh jezikih – hrvaškem in angleškem. Stran je s tehničnega vidika bolj osnovna.

6. **Spletna stran revije Wood Magazine (www.woodmagazine.com)** – je kot primer dobre prakse spletnega portala iz tujine, revija z odličnim iskalnikom in tudi popolnoma prenovljeno grafično podobo. Stran je zelo kompleksna, saj vsebuje mnogo povezav na podstrani. Je zelo bogata z vsebino ter redno ažurirana. Struktura samega portala je pregledna, za povprečnega uporabnika morda celo nekoliko preveč razvejana. Sama revija ima zelo lep arhiv s strokovnimi članki, e-knjigami in revijami. Uporabnik lahko vsebine išče s pomočjo iskalnika na tri načine: po ključni besedi, po kategoriji ter po obojem skupaj in hkrati. Na samem spletnem portalu je povezava do spletne trgovine, ki ponuja ogromno tiskanega in elektronskega gradiva s področja lesa in pohištva, kjer lahko uporabnik kupuje gradivo enako kot izdelke v katerikoli drugi spletni trgovini. Uporabnik lahko do digitalnih izvodov dostopa s pomočjo brezplačne avtomatske prilagoditve njegovi napravi, saj je vse prilagojeno za uporabo naslednjih naprav: iPad, Android, Nook in Kindle Fire kar prikazujemo s sliko portala v Prilogi 2. Portal je zelo naklonjen uporabnikom, saj jim omogoča odlično podporo, spletne novice na uporabnikov mail, skupnost glede na posamezne teme (Community), forume, natečaje, predstavitvene filmčke za pomoč pri izdelavi posameznih predmetov iz lesa. Na strani so tudi FAQ (pogosto zastavljena vprašanja uporabnikov z odgovori), obvestila (Announcements), objave (Posts), oznake (Tags), avtorji, nove rešitve – predlogi in ideje, Affiliate Program (omogoča zaslužek poslovnim partnerjem, ki v svojo spletno stran vgradijo povezavo do spletnega portala Woodmagazine oz. njegove spletne trgovine; ko steče postopek, da je nekdo prišel na stran magazina z neke druge strani in v trgovini kupil izdelek, prejme lastnik strani provizijo za posredovanje pri prodaji) ipd. Portal tudi sproti prikazuje, koliko uporabnikov je v določenem trenutku registriranih na portalu in koliko ne (Guests) ter kdo so najnovejši uporabniki portala. Vse to ustvarja ogromno skupnost na portalu, ki tudi sama kreira vsebine na njem, kar je po našem mnenju najboljši način za nastajanje novih vsebin na portalu. Glede na

posamezne teme, ki jih objavi upravljavalec spletne strani ali portala, člani skupnosti potem komentirajo, rangirajo, se na tem mestu združujejo, družijo, objavljajo, komentirajo, izmenjujejo informacije in tako portal živi. Iskanje informacij je namreč eden najpogostejših motivatorjev, ki posameznika spodbudijo, da se aktivno ali vsaj pasivno pridruži neki spletni skupnosti.

Slikovno portale predstavljamo v Prilogi 2.

V preglednici 4 so predstavljene prednosti in slabosti analiziranih portalov in njihove značilnosti predvsem s tehničnega vidika.

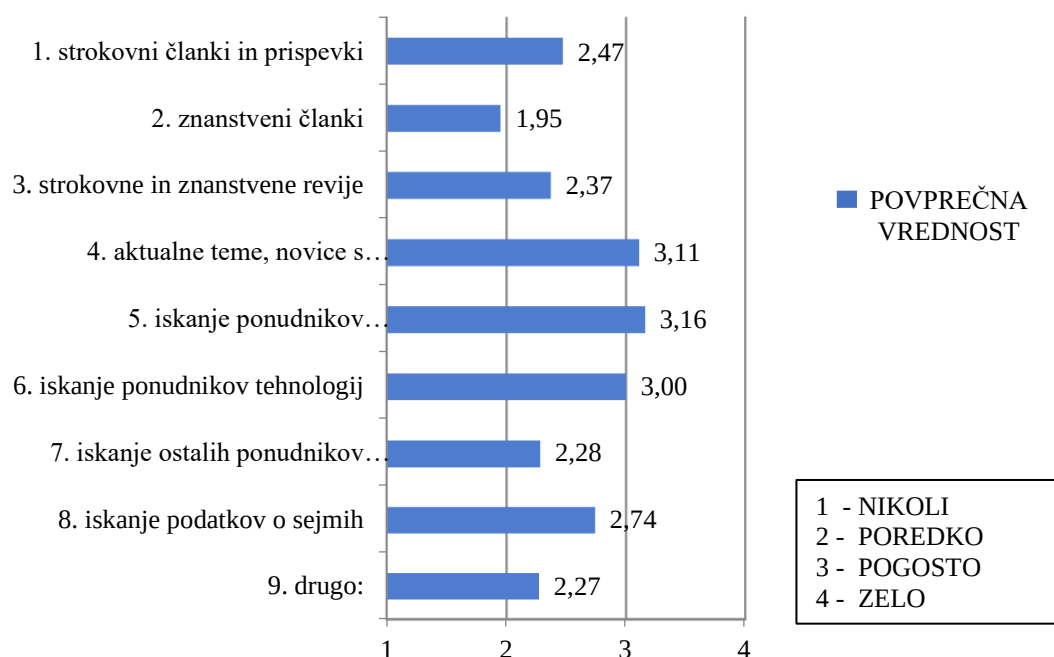
Preglednica 4: Lastnosti analiziranih portalov s tehničnega vidika (avtor)

Lastnosti portala / strani:	Gozd.inšt. Slovenije	Acta Silvae Ligni	et gradnja Slo	Lesena v industrija	Drvena Magazine	Wood
Predstavitev tiskane revije	-	+	-	+		
Objava e-revija	-	-	+	+		
Objava člankov na portalu	+	+	+	+		
Iskalnik po člankih	-	-	+	+		+
Grafična podoba portala	+	-	+	-		-
Preglednost portala	+	+	+	-		+
Enostavna struktura	+	+	+	+		-
Zapletena struktura	-	-	-	-		+
Povezave na druge strani na strani	+	+	+	-		+
Uporabljene novejšje tehnologije	+	+	+	-		+
PDF-oblika	-	+	+	+		+
Deljenje vsebin preko socialnih omrežij	-	-	+	-		+
RSS-novice	-	-	+	-		
Vgrajeni video posnetki	-	-	+	-		+
Prevod v tuje jezike	-	-	+	+		+
Naročanje na novice	-	-	+	-		+
E-trgovina	-	-	-	-		+
Tag-i	-	-	-	-		+
Affiliate Program	-	-	-	-		+
Prikaz števila obiskovalcev	-	-	-	-		+

Glede na to, da je v tabeli na podlagi analize prikazano veliko število minusov, menimo, da je možno na analiziranem področju še veliko storiti. Z usmeritvijo v bolj tehnološko napredne predstavitev bi ponudniki vsebin zagotovo privabljali več bralcev in vzbujali več zanimanja na trgu. Največjo pomanjkljvost vidimo na področju vključevanja uporabnikov pri kreiranju in deljenju že objavljenih vsebin. Glede na dosegljivost socialnih omrežij v današnjem času bi lahko obiskovalcem z majhno tehnološko posodobitvijo ponudili veliko več in posledično pridobili še več obiskovalcev, ki jih tematika zanima. Posebej pomembno je, da sodobna tehnologija (npr. deljenje vsebin preko socialnih omrežij, uporabljanje »tag-ov«, naročanje na e-novice, prikaz vsebin s pomočjo videov ipd.) vse to omogoča brez velikih finančnih vložkov in da je promocija po tej poti zelo učinkovita.

4.2 REZULTATI ANALIZE ANKETIRANJA

1. vprašanje: Kako pogosto iščete informacije?



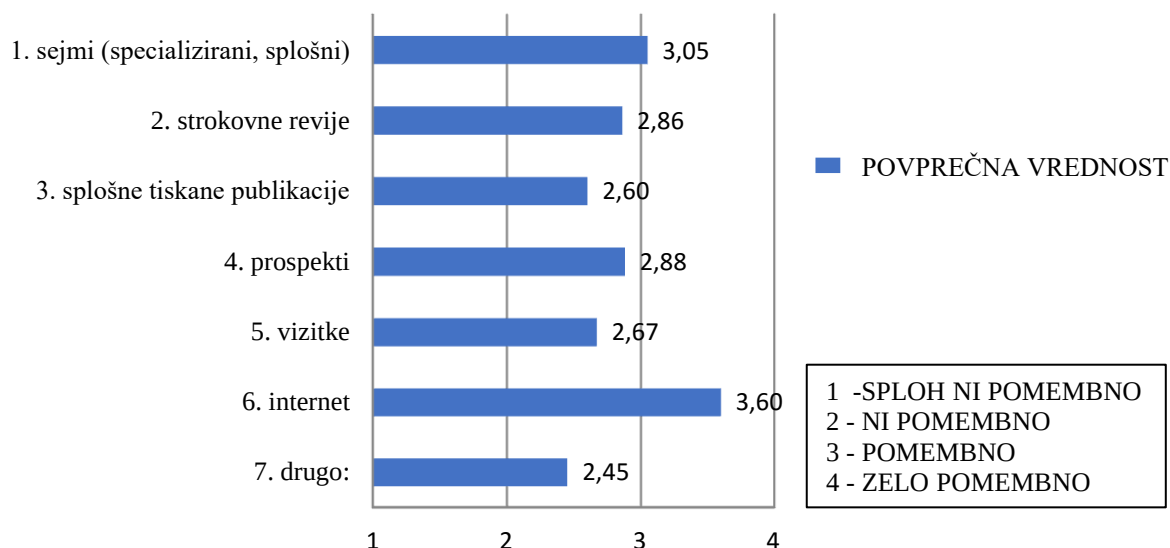
Slika 6: Pogostost iskanja informacij – po tematiki (n=42)

Anketiranci v povprečju najbolj pogosto iščejo ponudnike materialov in surovin, kar nam prikazuje tudi najvišja povprečna vrednost pogostosti 3,21 (Slika 6).

Za našo raziskavo je najpomembnejši podatek o iskanju informacij o strokovnih člankih in prispevkih, znanstvenih člankih, strokovnih in znanstvenih revijah, aktualnih temah in novicah s področja lesarstva ter iskanju podatkov o sejmih.

Kot je razvidno iz grafa, anketiranci zelo pogosto iščejo (povprečna vrednost 3,09) aktualne teme in novice s področja lesarstva. Nad povprečjem je tudi iskanje informacij o sejmih (povprečna vrednost 2,57) ter iskanje informacij o strokovnih člankih in prispevkih (povprečna vrednost 2,51). Za njimi pa ne zaostajajo veliko strokovne in znanstvene revije, s povprečno vrednostjo pogostosti 2,44. Le te so nekoliko pod povprečjem, enako kot znanstveni članki s povprečno vrednostjo 1,95. Predvidevamo, da je do tega rezultata prišlo, ker so te informacije trenutno dokaj težko dostopne in je potrebno kar nekaj iznajdljivosti pri iskanju, kar smo dokazali že z analizo revij in spletnih portalov na temo znanstvenih in strokovnih člankov. Menimo, da bi se stroka le teh pogosteje posluževala, če bi bilo vse zbrano na enem mestu, torej na skupnem portalu.

2. vprašanje: Kje oz. na kakšne načine iščete informacije?

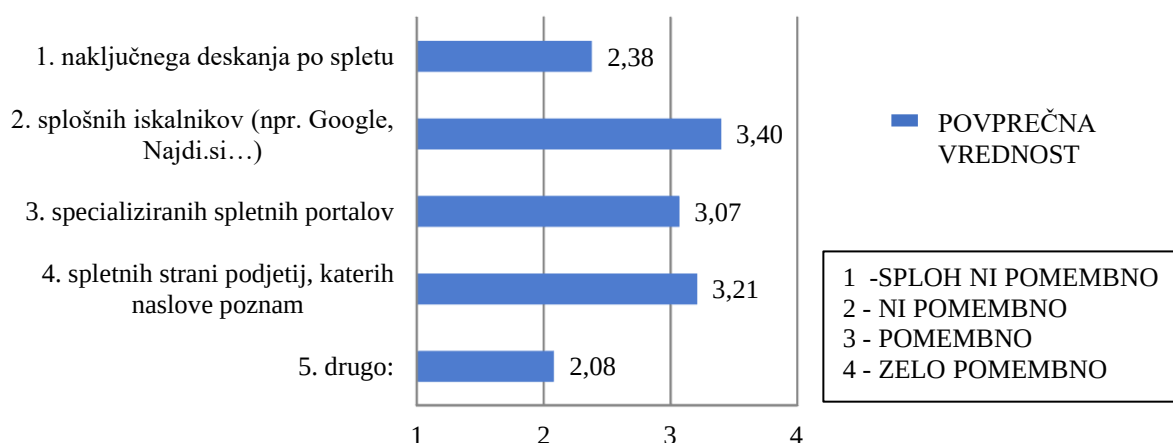


Slika 7: Načini iskanja informacij (n=42)

V današnjem času je iskanje informacij lahko zelo obširno, saj imamo na voljo veliko orodij. Internet je najbolj pomemben način iskanja informacij (povprečna

vrednost 3,60) (Slika 7). To priča o tem, kako pomembno je ponuditi informacijo na internetu. S povprečno vrednostjo 3,05 sledi iskanje informacij na sejmi, kar je zanimiv odgovor z vidika objavljanja podatkov o sejmi na spletu. Vse pridobljene informacije kažejo na pomembnost portala, ki bi obiskovalcu nudil informacije in strokovne ter znanstvene vire.

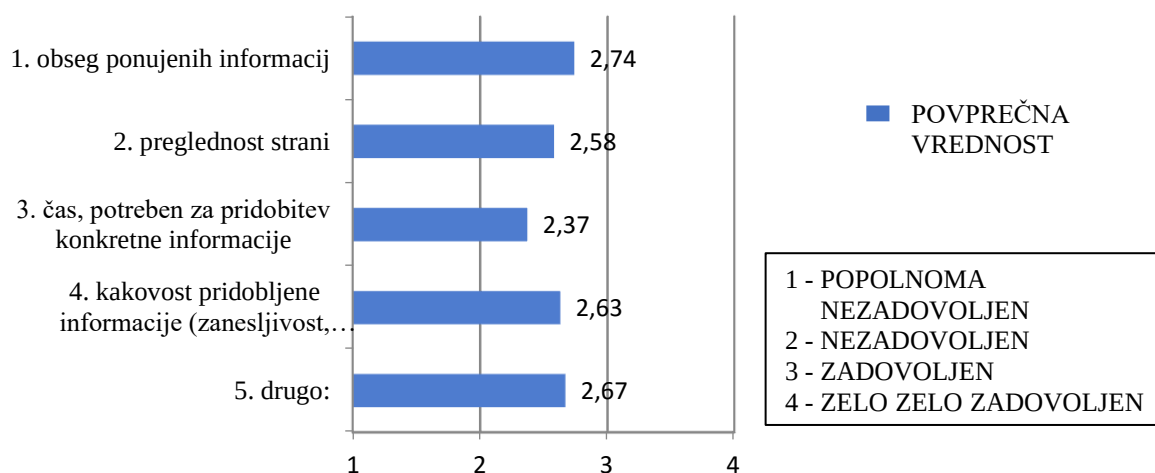
3. vprašanje: Česa se poslužujem pri iskanju informacij preko interneta ?



Slika 8: Metode iskanja informacij na spletu (n=42)

Pri tem vprašanju smo dobili že vnaprej pričakovan odgovor, saj se anketirani v večini poslužujejo splošnih iskalnikov, kajti to spada v dnevno rutino povprečnega uporabnika interneta. Iz grafičnega prikaza odgovorov (Slika 8) lahko ugotovimo, da podjetja za iskanje informacij uporabljajo spletne strani podjetij, katerih naslove poznajo (povprečna vrednost pomembnosti je 3,21) in specializirane spletne portale (povprečna vrednost pomembnosti 3,07), saj lahko tako na enem mestu dobijo večino ali morda skoraj vse informacije. Ta rezultat potrjuje, da bi bila odločitev za razvoj panožnega spletnega portala pravilna.

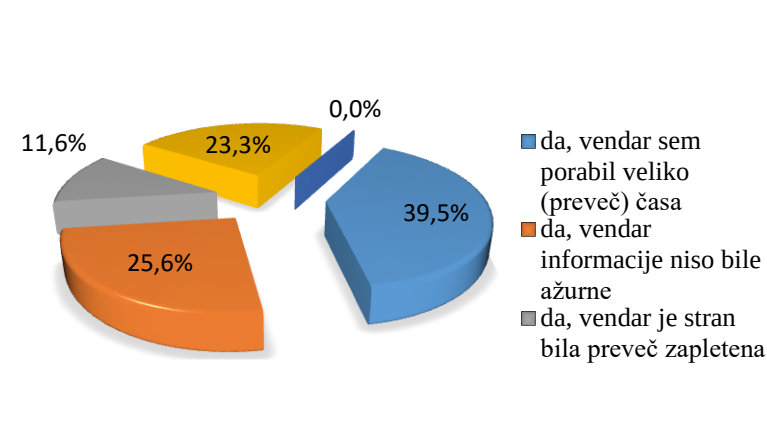
4. vprašanje: Kakšno je vaše zadovoljstvo z informacijami, ki jih pridobite preko interneta?



Slika 9: Zadovoljstvo uporabnikov s pridobljenimi informacijami na spletu – podrobno (n=42)

Kot vidimo, je večina anketiranih zadovoljnih z informacijami na spletu, saj je povprečna vrednost zadovoljstva 2,74 (Slika 9), vendar so pri tem nekoliko manj zadovoljni z vidika porabljenega časa za pridobitev informacij. Vsekakor je to zelo pomembno za našo raziskavo, saj ugotavljamo, kako je uporabnikom pomembno, da so informacije zbrane na enem spletnem mestu. Mnenje anketirancev nam pove, da strukture portala ne smemo preveč zapleteno postavljati, saj iskalci želijo priti do informacij kar se da enostavno in hitro. Spletni portal mora biti pregleden in enostaven za uporabo, iskalnik pa mora ponujati hitro in nezahtevno pridobivanje željenih informacij.

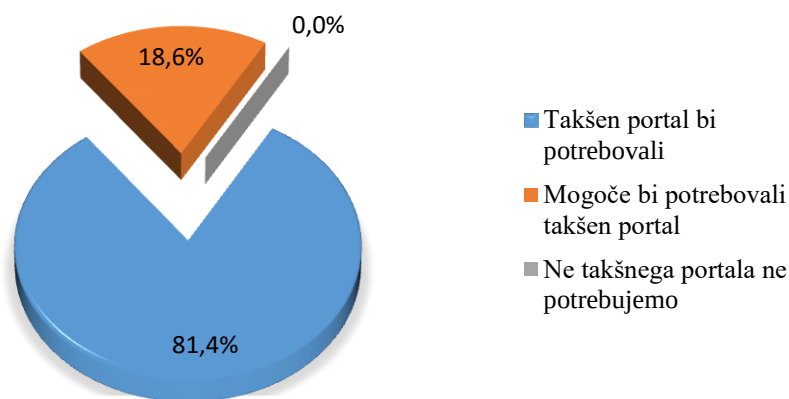
5. vprašanje: Ali ste želene strokovne informacije že kdaj našli na enem spletnem portalu?



Slika 10: Pridobivanje strokovnih informacij na določenem specializiranem spletnem portalu (n=42)

Kot smo že potrdili v analizi prejšnjega odgovora, se iskalci zelo radi poslužujejo specializiranih portalov, saj bi na ta način radi prihranili čas. Na Sliki 10 je vidno, da 23,3 % vprašanih željene strokovne informacije še ni našlo na enem mestu. Tisti, ki pa so željeno našli zbrano na enem mestu, pa menijo, da so za to porabili preveč časa (39,5 %), da informacije niso bile ažurne (25,6 %) oz. da je bila stran preveč zapletena (11,6 %). Pri mnogih spletnih portalih je problem neažurnost podatkov in zapletenost strukture. Stran tako postane preveč podrobna in ima preveč podmenijev, zaradi katerih se obiskovalci zmedejo.

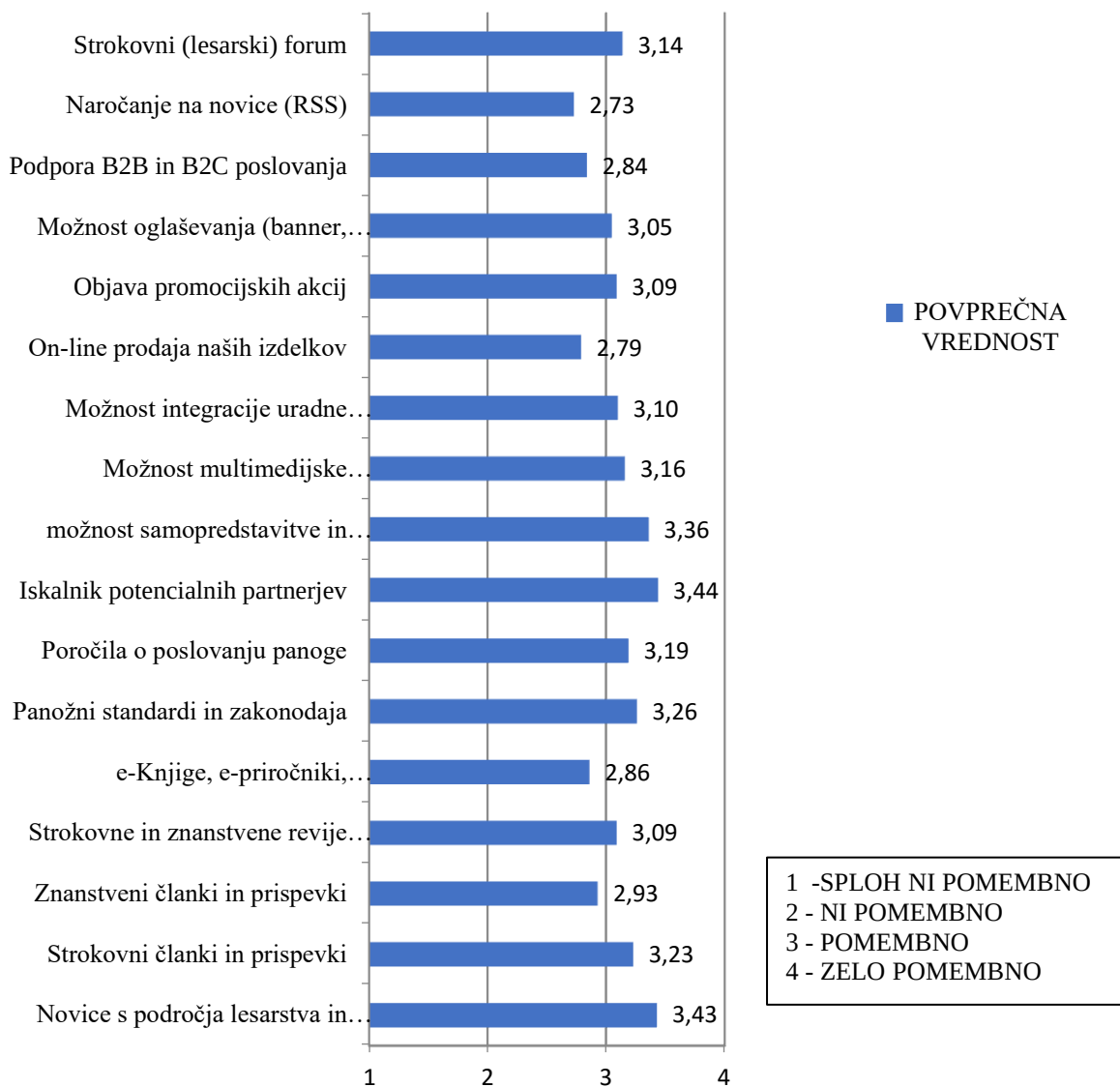
6. vprašanje: Kaj menite o spletnem portalu, na katerem bi lahko našli vse strokovne informacije s področja lesarstva?



Slika 11: Potreba po spletnem portalu, kjer bi bila vsa strokovna gradiva na enem mestu (n=42)

S tem vprašanjem ugotavljamo, da bi bil takšen portal anketirancem zanimiv in da si ga želijo. Dobili smo namreč zelo jasen odgovor, saj je kar 81,4 % vprašanih (Slika 11) odgovorilo, da bi takšen portal potrebovali, 18,6 % anketirancev pa je dejalo, da bi morda potrebovali takšen portal. Nihče pa ni odgovoril (0 %), da portala ne potrebujemo. S tem smo dobili še dodatno potrditev, kako pomembno je danes imeti informacije na enem mestu. Kot smo že v analizi omenili, ugotavljamo, da ni težava v tem, da informacij ne bi našli, saj svetovni splet omogoča zajeten kup različnih informacij, ampak je problem v času, ki je potreben za pridobitev ključne oz. posamezne informacije, ki pa pogosto ni na voljo. Prav tako so informacije velikokrat neažurne.

7. vprašanje: Katere vsebine pričakujete na spletnem portalu, ki bi bil specializiran za lesarstvo?

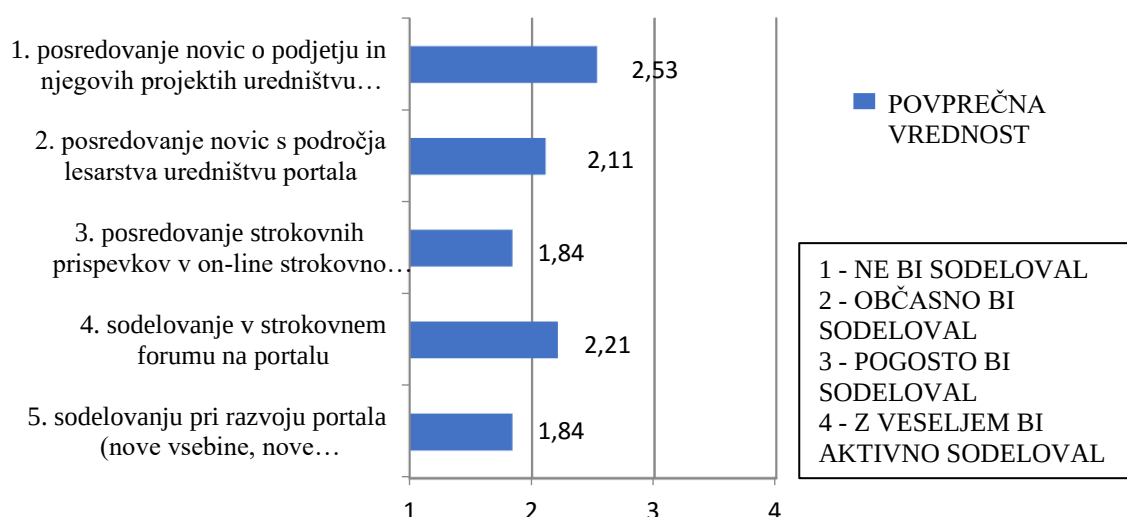


Slika 12: Pričakovanja glede vsebine na specializiranem spletnem portalu za lesarstvo (n=42)

Kot vidimo (Slika 12), povprečna vrednost pokaže, da so vsa področja zelo pomembna, saj so nad povprečjem in tesno skupaj. Iz grafa je razvidno, da je na spletni strani zelo pomembno imeti ažurne novice (povprečna vrednost 3,43), panožne standarde in zakonodajo (povprečna vrednost 3,26), strokovne in znanstvene revije (povprečna vrednost 3,09), strokovne članke in prispevke (povprečna vrednost 3,23), znanstvene članke in

prispevke (povprečna vrednost 2,93), e-knjige, e-pripomočke in diplomska dela (povprečna vrednost 2,86). Raziskava prikazuje pomembnost vseh teh vsebin na celovitem panožnem spletnem portalu ter izpostavlja najpomembnejšo: mreženje oziroma »iskalnih potencialnih partnerjev« (povprečna vrednost 3,44) in povezovanje, kar vidimo kot ključno prednost na portalu.

8. vprašanje: Ali bi bili pripravljeni aktivno sodelovati na specializiranem spletnem portalu za lesarstvo?

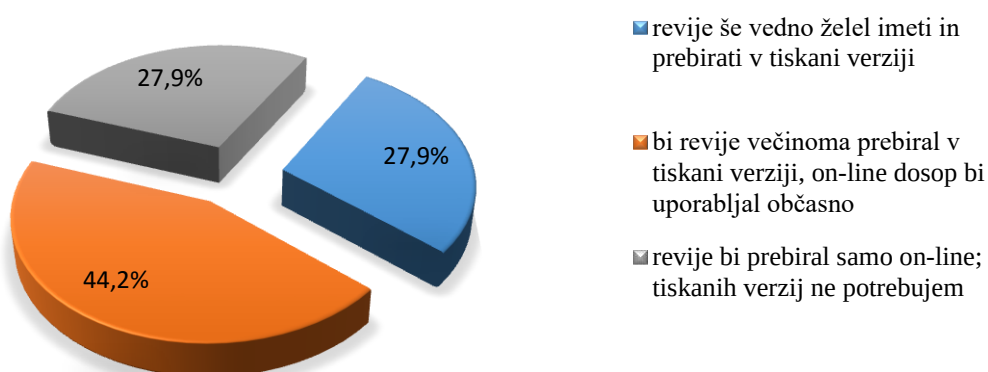


Slika 13: Pripravljenost za sodelovanje na specializiranem spletnem portalu za lesarstvo – področja (n=42)

Kot smo ugotovili že pri 7. vprašanju, je tudi tukaj iz Slike 13 razvidno, da je večina vprašanih pripravljenih na sodelovanje in aktivno uporabo portala. Največ jih želi sodelovati pri posredovanju novic o podjetju in njegovih projektih (povprečna vrednost znaša 2,53). Pomembno je, da na portalu dodamo področje samopredstavitve in možnost komuniciranja, kajti kot vidimo na grafu (povprečna vrednost 2,21), bi sodelovali tudi v forumih, kjer bi lahko posamezniki ali podjetja našli rešitve za svoja vprašanja. Iz odgovorov je razvidno, da bi si nekateri želeli tudi sodelovanja pri razvoju in med drugim tudi pisati strokovne prispevke v on-line revijo na portalu. Veliko vlogo pri aktivnem sodelovanju vidimo na strani dobaviteljev, saj bi lahko na portalu objavljali podatke o določenih strojih in novostih, ki jih danes kupci in podjetja iščejo. S pomočjo opisov,

videopredstavitev, tehnične dokumentacije ipd. lažje prihajajo do željenih informacij in se tudi lažje odločajo za nakup. Anketiranci torej vidijo na bodočem portalu veliko prednost tudi skozi predstavitev in promocijo svojega podjetja, kar bomo v nadaljevanju upoštevali pri sestavljanju paketov in cen za uporabo portala.

9. vprašanje: V kolikor bi bile obstoječe panožne strokovne in znanstvene revije dostopne na portalu, v kakšni verziji bi jih želeli imeti?



Slika 14: Zanimanje za tiskano in elektronsko obliko panožne strokovne in znanstvene revije (n=42)

Ugotavljamo, da bi skoraj polovica anketirancev revije še vedno rada prebiral v tiskani obliki in občasno uporabljala spletni dostop (44,2 %). Tisti, ki so izbrali odgovor, da bi revije še vedno želeli prebirati v tiskani verziji in drugi, ki jih zadovolji le e-verzija na spletu, so se odstotki enakovredno porazdelili, saj so enako odgovorili na obe vprašanji, z 27,9 % (Slika 14).

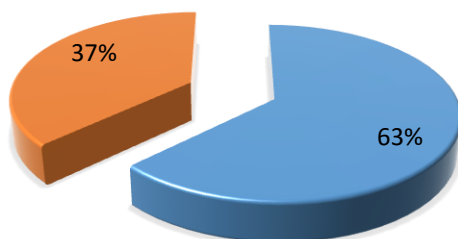
10. vprašanje: Kolikšna uporabnina specializiranega spletnega portala za lesarstvo bi bila za vas sprejemljiva (glede na obseg uporabe portala)?

To vprašanje je bilo postavljalo v času samega razvoja diplomskega dela, zato smo ga povzeli in poenotili. Danes imamo namreč večino gradiv na spletu prosto dostopnih, zato nas zanima, ali bi ljudje plačevali za informacije ali ne.

Ker je objava strokovnega in znanstvenega gradiva in vzdrževanje ter ažuriranje portala povezano s stroški, bomo morali v tem delu razmisliti tudi o participaciji deležnikov na portalu. Prav tako bi radi zagotovili primerno oglaševanje ter honorar za pisce strokovnih člankov in drugih gradiv.

■ Uporabnina prosto dostopnih vsebin

■ Uporabnina plačljivih vsebin



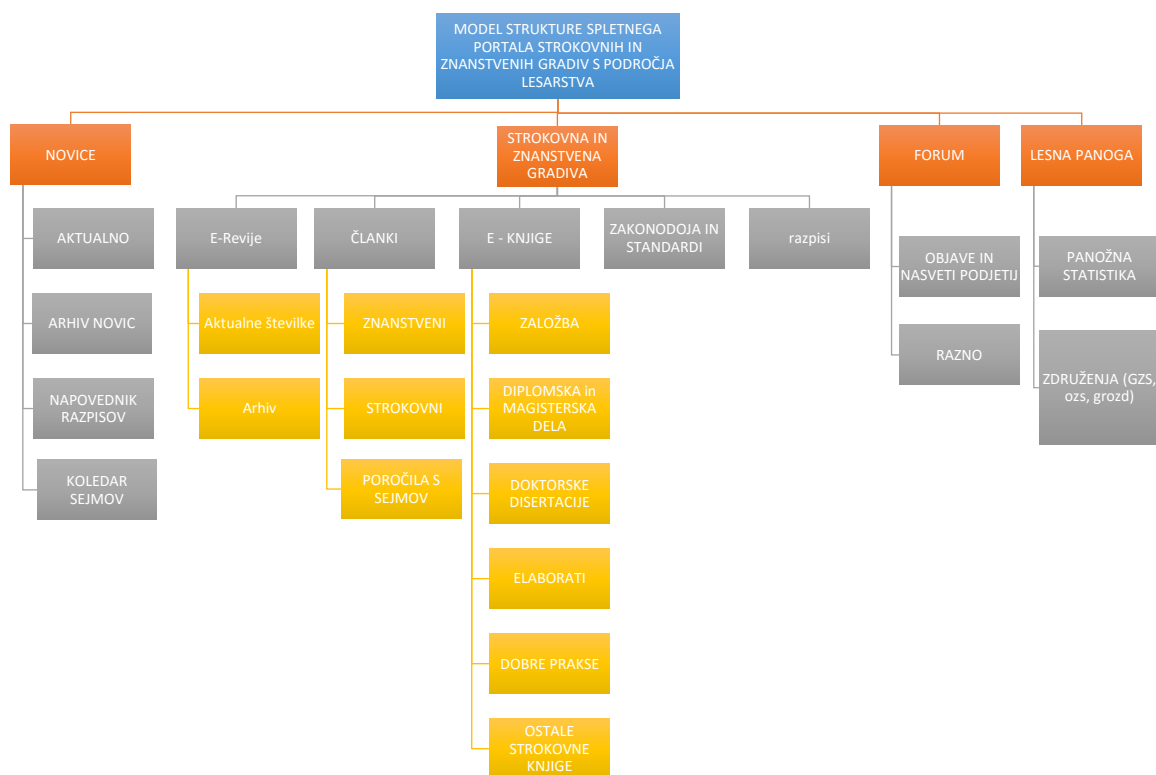
Slika 15: Prosto dostopna ali plačljiva vsebina (n=42)

Kot lahko razberemo iz Slike 15, večina (63 %) vprašanih za dostop do vsebin ni pripravljena plačati. Ostali vprašani (37 %) pa razumejo, da ima danes vsaka kakovostna informacija vrednost, saj je njena priprava praviloma precej draga in zahtevna. Zato je predvideno tudi deljenje vsebin preko socialnih omrežij, da bi bila vsebina na portalu, kolikor je možno, deljena naprej, saj bi to zagotavljalo brezplačno promocijo portala in bi zagotavljalo tudi zadovoljstvo in vključenost uporabnikov.

Vsekakor pa pri tem ne smemo pozabiti na nekakšno finančno pomoč za sam razvoj. V kasnejšem obdobju bi omejili vsebino strokovnoznanstvenih gradiv, razmislili bi tudi o načinu plačila.

4.3 STRUKTURA SPLETNEGA PORTALA STROKOVNIH IN ZNANSTVENIH GRADIV S PODROČJA LESARSTVA

Na osnovi analize obstoječih strokovnih portalov in portalov oziroma spletnih strani e-publikacij in drugih metod dela (analiza strokovnih in znanstvenih gradiv s področja lesarstva, anketni vprašalnik med potencialnimi uporabniki) postavljamo model spletnega portala strokovnih in znanstvenih gradiv, ki mora na eni strani zagotavljati celovit, kompleksen pregled teh gradiv, po drugi strani pa omogočati enostavno pregledovanje teh vsebin.



Slika 16: Model strukture spletnega portala strokovnih in znastvenih gradiv s področja lesarstva

4.3.1 Vsebinski vidik portala

Za portal je zelo pomembna selekcija gradiv, ki bi temeljila izključno na strokovnih in znanstvenih gradivih.

Portal bi predvidoma vseboval 4 glavne menije:

1. Novice,
2. Strokovna in znanstvena gradiva,
3. Forum,
4. Lesna panoga.

V nadaljevanju podajamo še vsebinsko opredelitev menijev portala:

1. Novice

V meniju »Novice« bi uporabnike sproti obveščali o aktualnih dogodkih, dogajanjih in razpisih na temo lesarstva. Za verodostojnost teh novic bi skrbel urednik strani, ki bi te informacije pridobil od nacionalnih in regionalnih institucij, ki se navezujejo na tematiko lesarstva. Ta meni je glede na izvedeno anketo neizogiben, saj smo ugotovili, da obstaja po njem velika potreba med potencialnimi uporabniki. Uporabniki so zelo visoko ocenili željo po prebiranju aktualnih tem in novic s področja lesarstva.

2. Strokovna in znanstvena gradiva

Tukaj bi v podmenijih objavljali smiselno združeno strokovno in znanstveno gradivo, ki je na razpolago v e-obliki. To so e-revije, članki (znanstveni in strokovni) ter e-knjige.

2.1. E-revije

Za vzpostavitev vsebine menija »E-revije« je pogoj, da bi z obstoječimi izdajatelji tiskanih revij sklenili tesno sodelovanje ter da bi nam dovolili objavo arhiva revije na panožnem spletnem portalu. Prednost, ki bi jo imela revija, je zmanjšanje in optimiziranje tiskanih

naklad, saj bi imel njihov bralec možnost vsebine brati tudi v e-obliki. Z uredniki revije bi se dogovorili, katere številke se lahko objavijo in kako lahko obiskovalci do njih dostopajo.

Možen je tudi dogovor, da bi bil del njihove vsebine brezplačno predstavljen na našem portalu, za celoten članek pa bi morali uporabniki plačati. Pri tem bi lahko uporabili tudi domač plačilni sistem preko Monete, saj gre za zneske manjše vrednosti in možnost takojšnjega plačila in dostopa.

2.2. Članki

Ta meni bi zajemal posamezne znanstvene in strokovne članke s področja lesarstva. Vseboval bi prispevke enega ali več avtorjev, ki so ponavadi objavljeni v periodičnih publikacijah, lahko pa tudi v knjigah (npr. objavljeni referati v zbornikih s posvetovanj, prispevki v domoznanskih zbornikih ipd.). V to kategorijo bi sodila tudi razna poročila, ocene, intervjuji, govori, leposlovni prispevki, predvsem pa poljudnoznanstveni sestavki ter krajša strokovna in znanstvena dela.

Uporabnik bi lahko tukaj po posameznih filtrih razvrščal ponujene zadetke. Na voljo bi bila iskalna vrstica, s katero bi lahko iskal po ključnih besedah, oziroma ponujena bi bila možnost, da svoje iskanje zoži s pomočjo filtrov, kot na primer: naslov, avtor, najnovejši prispevki, podmenija pa bi ponujala tudi razdelitev po vrsti člankov in bi se delila na:

- Strokovne članke,
- Znanstvene članke,
- Poročila s sejmov.

Danes so na voljo že odprtodostopni rezultati raziskav. To so digitalne, spletne, brezplačne vsebine brez večine avtorsko-pravnih omejitev po sistemu »Open Access«. Raziskovalcem odprti dostop omogoča večjo dostopnost in odmevnost raziskav, ustanovam pa možnost zbiranja in predstavitve njihovega dela. Spletno mesto je rezultat skupnega projekta največjih slovenskih organizacij s področja raziskovalne dejavnosti: vseh štirih univerz, velikih raziskovalnih inštitutov, Narodne in univerzitetne knjižnice ter Centralne tehniške knjižnice. Projekt sta podprla tudi pristojno ministrstvo in Javna agencija za raziskovalno dejavnost RS. Na podlagi povezav na tej strani (<http://www.openaccess.si/iskanje-odprtih->

objav/) bi lahko dostopali do metaiskalnikov, nekaterih repozitorijev in odprtih monografij s področja lesarstva, ki bi jih smiselno umestili v naš panožni portal (Open Access, 2015).

Na portalu »Open Access« lahko zasledimo, da se trenutno na področju znanstvenih člankov ravno odvijajo razprave o prehodu znanstvenih revij na elektronsko založništvo s pomočjo platforme Open Journal System, kar je pomembna informacija tudi pri zbiranju informacij za postavitev modela našega portala.

2.3. E-knjige

Za vzpostavitev vsebine razdelka »E-knjige« je prav tako pogoj, da se povežemo z založbami ter tukaj objavljamo njihova gradiva. Trenutno so na voljo tiskane oblike knjig, v dogovoru z založbami pa bi lahko bralcem omogočili tudi e-obliko. Dokler gre le za tiskano obliko, bi bilo možno, da uporabnik s pomočjo spletne predstavitve knjige to naroči tudi v tiskani obliki, na svoj naslov.

Primer založbe, ki že ponuja tiskane revije, pdf formate in različne formate datotek za e-knjige, je založba »**Spletna Knjiga**«, o kateri je več možno izvedeti na naslovu: <http://www.spletnaknjiga.com/e-zalozba/>, prikazana pa je tudi na Sliki 17.



Slika 17: Izgled portala Spletna Knjiga

V primeru knjižarne »Spletna Knjiga« moramo povedati, da nam zelo ugaja tudi njihov iskalnik (kot na Sliki 17), saj je preprost in omogoča filtriranje po potrebah uporabnika. Ob dodatni prilagoditvi bi lahko bil uporaben tudi za naš portal. S pomočjo »API-ja« pa bi ga lahko povezali tudi z našim portalom, na katerem bi lahko v meniju »E-knjige« ponudili tudi e-knjige za področje lesarstva.

V tujini je zelene e-knjige možno naročiti tudi v različnih tiskanih izdajah, in sicer kot tiskano knjigo s »tanko« (Paper back) in »debelo« platnico (Hardcover) ali pa celo v Audio obliki (CD- oziroma DVD-izvedba), kar pa je povezano tudi s ceno za posamezen izvod. V prihodnosti vidimo na tem področju še veliko možnosti za nadgradnjo ponudbe.

2.3.1. Diplomski in magistrski dela

V tem meniju bi želeli objavljati tudi vsa diplomska in magistrska dela (*manjka v strukturi*) ter doktorske disertacije s področja lesarstva. V primeru Biotehniške fakultete je trenutno iskanje strokovnih in znanstvenih del študentov dokaj oteženo. Na voljo je osnovna oblika digitalne knjižnice, kjer se nahaja »Zbirka diplomskih, magistrskih in doktorskih del s polnim tekstom«. Na voljo je le elektronski seznam teh del, ki je dostopen na naslovu: <http://www.digitalna-knjiznica.bf.uni-lj.si/> (Oddelek lesarstvo: <http://www.digitalna-knjiznica.bf.uni-lj.si/lesarstvo.htm>), ki ponudi informacije o: avtorju, mentorju, naslovu dela, letnici izida in neaktivno signaturo ter datoteko pdf. Sistem je nadalje razdeljen le po študijskih programih, pod katerimi najdemo posamezne avtorje, ki so navedeni po abecednem redu, ni pa še razvitega iskalnika, ki bi uporabniku zagotavljal, da bi lahko pri svojem iskanju uporabil tudi iskanje po ključnih besedah, avtorju, letnici ipd., kot je to že mogoče v nekaterih drugih primerih.

Ker spada Biotehniška fakulteta pod okrilje Univerze v Ljubljani, smo ob nadaljnjem raziskovanju odkrili Repozitorij Univerze v Ljubljani, kjer je mogoče najti tudi 1.667 diplomskih del, 52 magistrskih del, 173 doktorskih disertacij in 3.189 ostalih del Biotehniške fakultete, ki pa zajemajo vsa področja te fakultete in jih je za področje lesarstva seveda manj. Pod navedbo podatkov dela je spodaj vključena tudi povezava do »celotnega besedila«, vendar smo ob testiranju ugotovili, da večinoma vodi povezava drugam. Nekatera besedila je možno sneti, za nekatera pa je na podpovezavi dLib navedeno, da je gradivo dostopno v prostorih NUK na namenskih računalnikih. Repozitoriji navajajo naslednje pogoje uporabe datoteke gradiv: »Kopiranje oz. tiskanje

datoteke je dovoljeno za študijske namene. Citiranje je v skladu z Zakonom o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS št. 16/2007) dovoljeno z navedbo podatkov o viru.«

Repozitorij Univerze v Ljubljani (RUL) omogoča zbiranje in hranjenje elektronskih oblik zaključnih del študija ter objav zaposlenih na Univerzi in raziskovalnih podatkov. Za vsako delo, shranjeno v Repozitorij Univerze, se bo v procesu oddaje v Repozitorij na nacionalnem portalu izvedlo zaznavanje podobnosti vsebin (plagiatorstva). V Repozitoriju so na voljo tudi metapodatki del iz zbirk ePrints.FRI, PeFprints, DRUGG in ADP.

Uporabnikom z vsega sveta so za uporabo vsebin Repozitorija Univerze v Ljubljani na voljo dvojezične spletne in mobilne aplikacije. Kompatibilnost Repozitorija z navodili OpenAIRE bo Evropski komisiji omogočila preverjanje izpolnjevanja določil o obvezni odprti dostopnosti vseh objav iz sofinanciranih projektov v okvirnem programu Obzorje 2020. Repozitorij Univerze v Ljubljani je povezan s COBISS.SI in SICRIS-om, vključen v evropski portal magistrskih ter doktorskih del DART-Europe in v različne direktorije, agregatorje ter iskalnike (OpenDOAR, ROAR, BASE ...).

Repozitoriji navajajo naslednje pogoje uporabe datoteke gradiv: »Kopiranje oz. tiskanje datoteke je dovoljeno za študijske namene. Citiranje je v skladu z Zakonom o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS št. 16/2007) dovoljeno z navedbo podatkov o viru.«

Javno dostopnost in objavo diplomskih, magistrskih in doktorskih del v elektronski obliki bi lahko zagotovili le s pomočjo posebne privolitve študentov, ki bi dovolili tudi objavo njihovega dela na našem, ozko specializiranem portalu.

3. Forum

Javnosti bi zraven objav in nasvetov namenili še forum, na katerem bi lahko kot registrirani uporabniki komentirali in sodelovali v raznih razpravah. Forum bi v komentiranje vključeval različne javnosti – od tistih na strani kupcev do lesnih podjetij. Podjetja bi vabili k objavi nasvetov in podajanju celovitih rešitev, kupci pa bi lahko zastavljali vprašanja in komentirali.

3.1. Objave in nasveti podjetij

Da bi portal živel z uporabniki, bi želeli to skupnost v kar največji meri povabiti k sodelovanju in jih vključiti v oblikovanje portala, kot je to danes za spletne portale priporočljivo. Iz tega razloga bi želeli vključiti tudi objave in nasvete lesnih podjetij, katere bi skrbno pregledoval urednik, saj želimo z objavami in nasveti ohraniti strokovnost, ne pa ponujati reklamiranja. V kolikor objave ali nasveti ne bi ustrezali postavljenim pravilom (pisanje o tehničnih postopkih, uporabi raznih materialov, novostih pri strojih in materialih), ki bi bila na portalu tudi jasno predstavljena, posameznih objav ne bi objavili. O morebitnih spremembah in popravkih objav bi se posvetovali z avtorjem. Podjetja bi lahko objavljala tudi posamezne »strokovne članke«, ki bi bili uvrščeni v poglavje »strokovni članki«, po predhodnem pregledu s strani verodostojnega urednika.

K odločitvi za forum na spletnem portalu so nas prav tako vzpodbudili rezultati ankete. Podatki so namreč pokazali, da si stroka takšnega foruma želi in da bi v večini primerov želeli vsaj občasno sodelovati. Forum (komunikacija med kupci in prodajalci) bi omogočal objave podjetij in mnogo drugih tem, ki bi se sproti dodajale glede na potrebe in zanimanje uporabnikov.

Na splošno bi želeli vsebino portala sproti prilagajati potrebam uporabnikov. Za to bo odgovoren strokovno usposobljen administrator. Struktura vsebin se bo spreminjala na osnovi predlogov registriranih uporabnikov in stroke (ankete, konkretni pisni predlogi uporabnikov ipd.). Vsaj enkrat letno bi naredili temeljitejši pregled in osvežitev strukture vsebin.

4. Lesna panoga

V razdelku »Lesna panoga« bi želeli uporabnika seznaniti z zakonodajnimi določili in predpisi, ki so pomembna za panogo ter panožno statistiko.

4.3.2 Struktura portala s tehničnega vidika

Portal bi postavili po smernicah drugih informacijskih portalov, katerih namen je omogočiti čim lažji dostop do podatkov.

Tehnično nameravamo zagotoviti predvsem iskalnik po vzoru digitalnih knjižnic in podobnih portalov, tako da bi bilo potrebno pri našem modelu portala vso pozornost posvetiti iskalniku. Vse vsebine (tekste in slike) bi na portal vključevali s pomočjo čim več ključnih besed, opisi vsebin in slikovnega materiala. Vsebine bomo podrobno prikazali tudi skozi kazala vsebin posamezne revije ali članka, ki bodo aktivno vključena v portal in bodo omogočala povezljivost do posameznih objav. Kot primer lahko navedemo posamezno iskanje uporabnika, npr. o določeni drevesni vrsti, ki jih brez interaktivne vsebine sicer ne bi našel. Izogniti se želimo namreč dolgotrajnemu iskanju uporabnika in mu zagotoviti čim boljšo uporabniško izkušnjo. Brez tega bi moral uporabnik iskati po celotnih revijah, kar bi močno otežilo in podaljšalo njegovo iskanje.

Ravno zaradi zgoraj zapisanega je ena izmed pomembnejših odločitev na začetku tudi vprašanje, v katerem formatu naj bodo gradiva dostopna – pdf format, html, spletni katalog ali kateri drugi format, ki je glede na razvoj tabličnih računalnikov v zadnjem času v velikem porastu. Menimo, da je trenutno še vedno najbolj razširjen in uporaben pdf format, saj uporabniku omogoča branje na različnih napravah, podrobnejše iskanje znotraj pdf dokumenta ter seveda shranjevanje na napravo tudi za kasnejšo uporabo.

Zelo pomembno je tudi opredeliti pravila pisanja in navajanja virov in literature na portalu in občasno izvesti tudi kakšno delavnico na temo pisanja strokovnih in znanstvenih člankov. Tukaj se bomo poslužili obstoječih pravil za pisanje znanstvenih in strokovnih člankov. Ker je teh na spletu že veliko, bomo sprejeli »Navodila avtorjem« Zbornika gozdarstva in lesarstva, saj je to naši ciljni skupini tudi najbližje.

Glede optimizacije spletnega portala bo v veliko pomoč povezovanje z obstoječimi digitalnimi knjižnicami in portali, ki te teme obravnavajo že zaradi panoge same (GZS, OZS ipd.). Skozi sodelovanje z omenjenimi inštitucijami bomo zagotavljali povezavo do

portala, kar nam bo omogočilo višjo uvrstitev v iskalnikih google, najdi.si ipd. in s tem tudi večjo prepoznavnost.

Z vidika financiranja portala moramo zagotoviti tudi registracijo uporabnikov in s tem dodeljevanje pravic za ogled posameznih vsebin. Kot smo že z vprašalnikom ugotovili, bi bili nekateri uporabniki pripravljeni za vsebine plačati. V osnovi si sicer želimo portal približati širši javnosti, torej javnosti, ki jo tematika zanima, in omogočiti brezplačen dostop do večine splošnih informacij.

5 RAZPRAVA IN SKLEPI

Informacija je danes zelo pomemben vir za zagotavljanje uspešnosti poslovanja. Večino informacij lahko podjetja najdejo na sejnih, v revijah, v knjigah, na spletnih straneh podjetij ter na spletnih portalih. Velik problem je razkropljenost informacij in posledično velika izguba časa, da pridemo do prave informacije. Problem je tudi v njihovi ažurnosti in dostopnosti.

V ta namen smo opravili analizo stanja potreb podjetij in ugotavljali, katere informacije podjetja potrebujejo za svoje poslovanje. Raziskava je pokazala, da podjetja najbolj pogosto iščejo ponudnike materialov in surovin. Tukaj bi se na portalu želeli uporabnikom približati v meniju »Forum«, ki bi deloval na podlagi aktualnih »Skupnosti oz. angl. Community«, ki bi zagotavljal komunikacijo med kupci in prodajalci ter bi s tem omogočal objave podjetij in mnogo drugih tem, ki bi se sproti dodajale glede na potrebe in zanimanje uporabnikov. Nadalje so podatki ankete pokazali, da bi potencialne uporabnike panožnega portala zanimale aktualne teme in novice s področja lesarstva ter informacije o sejmih. Zanimajo jih tudi strokovni članki in prispevki ter strokovne in znanstvene revije.

Ugotavljamo, da bi bil portal, kot smo ga zastavili, uporabnikom v veliko pomoč ter da jih zanima združevanje strokovnega in uporabnega. Raziskava je potrdila, da bi uporabniki želeli, da bi bilo vse zbrano na enem mestu, torej na skupnem portalu.

Vprašalnik je bil, po neodzivnem osebnem anketiranju, posredovan po elektronski pošti velikemu številu izbranih lesnih podjetij (659 vprašalnikov). Prejeli smo 42 izpolnjenih vprašalnikov, ki smo jih grafično obdelali in povzeli ugotovitve. Natančnejša opredelitev problemov oziroma področij, ki jih podjetja potrebujejo, so skorajda nemogoča, saj je bil vzorec odgovorov zelo majhen. Kljub majhnemu številu odgovorov smo dobili osnovne informacije, s katerimi smo zasnovali ter potrdili strukturo panožnega spletnega portala. Za izdelavo strukture panožnega portala je bilo potrebno narediti tudi analizo spletnih portalov, s katero smo odkrili prednosti in slabosti posameznih spletnih portalov.

Z analizo stanja lesnih podjetij, razne razpoložljive literature in spletnih strani smo skozi nalogo poskusili ustvariti »Model spletnega portala strokovnih in znanstvenih gradiv s področja lesarstva«. Cilj raziskave je bil analizirati obstoječe strokovne portale in portale oziroma spletne strani e-publikacij ter na osnovi teh spoznanj postaviti model spletnega portala strokovnih in znanstvenih gradiv. Tudi rezultati ankete so nazorno pokazali potrebo po spletnem portalu, na katerem bi našli vse za uporabnike pomembne informacije.

Sklepi raziskave so sledeči:

- podjetja so informirana, a ne dovolj;
- podjetja izgubljajo čas pri iskanju informacij, spletnih strani z informacijami na enem mestu ni veliko;
- spletni portal strokovnih in znanstvenih gradiv mora na eni strani zagotavljati celovit, kompleksen pregled teh gradiv, po drugi strani pa omogočati enostavno pregledovanje teh vsebin;
- portalu je potrebno poleg strokovnega dela dodati tudi del, kjer lahko uporabniki kreirajo vsebine in se aktivno vključujejo v razprave;
- glede na ugotovitve analiz lahko rečemo, da delovna hipoteza, ki je predpostavljala, da so spletni portali z znanstveno in strokovno literaturo/gradivi za lesno panogo vsebinsko nepregledni, drži in da je tudi digitalnih virov znanstvene in strokovne literature ter drugih gradiv na spletu veliko, vendar le-ta med seboj niso povezana. To smo dokazali s tem, da skozi naše usmerjeno raziskovanje tega področja podobnega portala nismo zasledili na nobeni od pregledanih in med seboj primerjanih strani.
- Ker so danes so na voljo že odprtodostopni rezultati raziskav - digitalne, spletne, brezplačne vsebine brez večine avtorskopравnih omejitev po sistemu »Open Access« nameravamo veliko večino podanih informacij na portalu uporabnikom ponuditi brezplačno. Za plačjivi del objav pa bo na voljo plačevanje s sistemom Moneta, ki zadovoji potrebe domačih uporabnikov.
- Anketiranci torej na bodočem portalu vidijo veliko prednost tudi skozi predstavitev in promocijo svojega podjetja. To jim bomo skušali zagotoviti skozi možnost vključevanja v »Forum«, kjer bodo lahko predstavili različne tehnične postopke,

uporabo raznih materialov, novostih pri strojih in materialih. S tem vidimo možnost povezovanja s kupci na strokovni ravni in kot deljenje znanja z njihovimi kupci.

6 POVZETEK

Podjetja za svoje uspešno poslovanje potrebujejo veliko informacij o dobaviteljih, materialih, storitvah, zakonodaji itd. Pomembno je, da te informacije najdejo v najkrajšem možnem času in da so le-te ažurirane. Zato je izredno pomembno, da je z dobrim iskalnikom informacije možno najti na enem samem spletnem mestu. Cilj te naloge je bil izdelati strukturno zasnovo panožnega spletnega portala, ki bi lesnim podjetjem zadovoljeval potrebe po raznovrstnih informacijah, in ugotoviti, ali te informacije pridobivajo preko tiskanih gradiv ali spleta, ter koliko so pri tem uspešni. Prav tako smo želeli izvedeti, katere so tiste informacije, ki so podjetjem manj pomembne ali morda najpomembnejše.

Ugotavljamo, da je informacije, ki jih podjetja potrebujejo za svoje poslovanje, možno ponuditi na enem spletnem mestu. S tem bi omogočili, da podjetjem ne bi bilo potrebno izgubljati časa in iskati informacije po spletnih brskalnikih ali posameznih spletnih portalih.

Informacije so danes lažje dostopne, saj nam splet omogoča, da imajo uporabniki dostop do elektronskih gradiv tudi brez posredništva knjižnic. V ta namen smo preučili tudi spletne strani oziroma analizirali področja, ki so bila slabo zastopana ali pa so imela podjetja z njimi slabe izkušnje. Vsekakor bi želeli izboljšati zadovoljstvo bodisi kupcev, dobaviteljev ali podjetij. S pomočjo vprašalnika smo lažje ugotovili, kaj podjetja potrebujejo, oziroma kakšne informacije iščejo, z namenom, da sestavimo strukturno zasnovo panožnega spletnega portala. Prav tako smo osnovo za strukturo iskali pri analizi spletnih portalov. Ta nam je pokazala, katere spletne strani so izdelane dobro in katere slabo.

7 VIRI

Ambrožič M., Gabron Vuk C., Golob J., Urbanija J., Steinbuch M., Zwitter S., Žimer F., Žumer M. 2004. Informacijsko opismenjevanje – Priročnik za delo z informacijskimi viri. Ljubljana, Zavod Republike Slovenije za šolstvo: 241 str.

Banovič Z. 2012. rBook. Moj Mikro, 08.02.2012.

Dostopno na: http://www.mojmikro.si/geekfest/moram_imeti/rbook (27.jul.2012)

Bončina S. 2012. Navodila za izposajo e-knjig. Dostopno na: http://www.knjiznica-ptuj.si/uploads/File/Navodila%20za%20izposajo%20e-knjig_OOK_junij_2014.pdf

Breznik M. 2011. Stanje na področju revijalnega založništva in načrt za vzpostavitev Portala znanstvenih in literarnih revij. Predstavitev na seminarju Portal znanstvenih in literarnih revij. Ljubljana: JAK in NUK, 04. 10. 2011

Breznik M., Damjan M., Gjorgjioski V. 2011. Ekspertiza - Izvedbeni načrt spletnega portala znanstvenih in literarnih revij. Ljubljana, Javna agencija za knjigo RS: 76 str. Dostopno na:
http://jakrs.si/fileadmin/user_upload/Digitalni_portal/PORTAL_ekspertiza.pdf

Center za informacijske storitve NUK. 2012. Mrežnik, portal informacijskih virov. O mrežniku. Dostopno na: <http://www.nuk.uni-lj.si/nuk/mreznik.asp>

Dalton B. 2014. E-text and e-books are changing literacy landscape. The Phi Delta Kappan, 96, 3: 38-43

dLib. 2012. O nas. Dostopno na: <http://dlib.si/menu/o%20nas> (27.jul.2012)

dLib. 2012. Prva stran. Dostopno na: <http://dlib.si/> (28.jul.2012)

E - knjiga. 2011. Tehnologija DRM. Dostopno na: <http://www.eknjiga.si/tehnologija.html>

E - študij.si. 2010. Portali. Dostopno na: <http://www.e-studij.si/Portali>.

Gilbert R. J. 2015. E-books. A tale of digital disruption. Journal of economic perspectives, V29,iss. 3, pp. 165-84, Zbirka podatkov: EconLit with Full Text

Google sites. 2012a. Analiza spletnih portalov. Dostopno na:
<https://sites.google.com/site/spletniportalims/b-kaj-so-spletni-portali>. (29. jul. 2012)

Google sites. 2012d. Razlika med portalom in spletno stranjo. Dostopno na:
<https://sites.google.com/site/spletniportalims/c-razlika-med-portalom-in-spletno-stranjo> (29. jul. 2012)

Grabrijan E. 2001. Znanstveno komuniciranje in revije samo v elektronski obliki: primer bibliotekarstva in geografije. Knjižnica, 46, 1-2: 29-43
<http://revija-knjiznica.zbds-zveza.si/Izvodi/K0212/grabrijan.pdf>

Izzivi sodobnih tehnologij : konkurenčna prednost knjižničnih storitev : zbornik referatov
= Challenges of modern technologies: the competitive advantage of library services
: proceedings. 5. Skupno strokovno posvetovanje Sekcije za specialne knjižnice in
Sekcije za visokošolske knjižnice pri ZBDS, Ljubljana, 17.-18. oktober 2012
Zbornik referatov. Zveza bibliotekarskih društev Slovenije.

Kodelja M. 2010. So e-revije prihodnost?. Dostopno na:
<http://blog.mojmikro.si/2010/10/22/so-e-revije-prihodnost/> (22. dec. 2012)

Ločniškar-Fidler M., Fidler T. 2003. Elektronska knjiga - knjiga brez papirja. Knjižnica, 47, 1/2: 147-174 Dostopno na: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-5CIUMQ0F/> (29. jul. 2012)

Majcenović D. 2011. E-bralniki niso e-knjige. Dostopno na:
<http://www.biblioblog.si/2011/11/e-bralniki-niso-e-knjige.html> (16. jan. 2012)

Open Access, 2015. OpenAccess Slovenija – O projektu. Dostopno na:
<http://www.openaccess.si/o-projektu/> (24. nov. 2015)

Peck G. A. 2/22/2010, *Seybold Report: Analyzing Publishing Technologies*. Vol. 10 Issue 4, p2-5. 4p. , Zbirka podatkov: Business Source Elite

Pomagalnik - Strokovnjak za digitalne medije. 2015. Kaj je Responsive Web Design (RWD) oz. odziven spletni design. Dostopno na:
<http://www.pomagalnik.com/slovar/kaj-je-responsive-web-designrwd-oz-odziven-spletni-design/> (26. nov. 2015)

Repovž E. 2011. Slovenci smo z razvojem e-knjig pet let za Ameriko. Ljubljana, Delo, december 2011. Dostopno na:
<http://www.delo.si/gospodarstvo/posel-in-denar/slovenci-smo-z-razvojem-e-knjig-pet-let-za-ameriko.html> (16. jan. 2012)

Tomić A. 2012. Radi bi le brali. Monitor, Februar 2012.
Dostopno na: <http://www.monitor.si/clanek/radi-bi-le-brali/> (15. mar. 2012)

Trubarjeva hiša literature. 2012. Večer intermedijskih umetnosti – Jaka Železnikar: E-literatura. Dostopno na:
http://www.napovednik.com/dogodek211914_vecer_intermedijskih_umetnosti_e_literatura (16. jul. 2012)

Večer - Ruslica. 2012. Slovenska založba elektronskih knjig Ruslica.si – Pogosto zastavljena vprašanja. Dostopno na: <http://www.ruslica.si/v2/default.asp?kaj=5> (16. jul. 2012)

Žbül I. 2007. Digitalni Cankar. Monitor, dec. Dostopno na:
<http://www.monitor.si/clanek/digitalni-cankar/> (04. jun. 2012)

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju doc. dr. Jožetu Kropivšku za pomoč pri nastajanju tega diplomskega dela. Zahvaljujem se tudi Stanislavu Ramšaku, dipl. inž. les., za njegovo sodelovanje in pomoč pri izdelavi vprašalnika. Zahvala gre tudi vsem prijateljem, ki so mi na kakršen koli način pomagali pri izdelavi diplomskega dela, kako tudi podjetjem, ki so sodelovala pri anketnem vprašalniku.

PRILOGE

Priloga 1: Anketni vprašalnik

VPRAŠALNIK O INFORMACIJSKIH POTREBAH LESNIH PODJETIJ

Namen: Vprašalnik je namenjen ugotavljanju trenutnega stanja informacijskih potreb lesnih podjetij in njihovem zadovoljstvu z obstoječimi informacijskimi viri/storitvami ter analizi problemov, ki so s tem povezani.

Navodilo: Pri izpolnjevanju vprašalnika bodite pozorni predvsem na odprta vprašanja in vprašanja, ki zahtevajo vnos ocene pomembnosti posameznih trditev. Pri vseh ostalih pa izberite eno izmed ponujenih možnosti oz. dopišite svoj odgovor. Za izbran odgovor ali stopnjo prekrižajte pripadajoč kvadratega.

Izjava: Izjavljam, da bodo vsi podatki iz ankete uporabljeni samo za potrebe raziskave, ki je del mojega diplomskega dela na Biotehniški fakulteti, Oddelku za lesarstvo (mentor: doc. dr. Jože KROPIVŠEK) in bodo predstavljeni samo v agregirani obliki, nikoli posamezno.

Hvala za sodelovanje!

študent Davorin Turk

SPLOŠNO

Datum in kraj izvedbe: _____

Ime podjetja: _____

Leto ustanovitve: _____

Število zaposlenih: _____

Kontaktna oseba: _____

Glavna (primarna) dejavnost podjetja je (po SKD 2008): _____

OBSTOJEČI NAČINI ZBIRANJA INFORMACIJ

1. Kako pogosto iščete informacije?

pogostost iskanja

(1 – nikoli, 4 – zelo pogosto)

področje	1	2	3	4
1. strokovni članki in prispevki	☐	☐	☐	☐
2. znanstveni članki	☐	☐	☐	☐
3. strokovne in znanstvene revije	☐	☐	☐	☐
4. aktualne teme, novice s področja lesarstva	☐	☐	☐	☐
5. iskanje ponudnikov materialov in surovin	☐	☐	☐	☐
6. iskanje ponudnikov tehnologij	☐	☐	☐	☐
7. iskanje ostalih ponudnikov (informatika, kadrovske agencije, trgovine, oblikovalci ipd.)	☐	☐	☐	☐
8. iskanje podatkov o sejmi	☐	☐	☐	☐
9. drugo:	☐	☐	☐	☐

Opomba: določite stopnjo pogostosti iskanja informacij z naštetih področij

2. Kje oz. na kakšne načine iščete informacije?

pomembnost vira/načina

(1 – nepomembno, 4 – zelo pomembno)

vir/način	1	2	3	4
1. sejmi (specializirani, splošni)	☐	☐	☐	☐
2. strokovne revije	☐	☐	☐	☐
3. splošne tiskane publikacije	☐	☐	☐	☐
4. prospekti	☐	☐	☐	☐
5. vizitke	☐	☐	☐	☐
6. internet	☐	☐	☐	☐
7. drugo:	☐	☐	☐	☐

3. Pri iskanju informacij preko interneta se poslužujem:

pomembnost vira/načina

(1 – nepomembno, 4 – zelo pomembno)

vir/način	1	2	3	4
1. naključnega deskanja po spletu	☐	☐	☐	☐
2. splošnih iskalnikov (npr. Google, Najdi.si...)	☐	☐	☐	☐
3. specializiranih spletnih portalov	☐	☐	☐	☐
4. spletnih strani podjetij, katerih naslove poznam	☐	☐	☐	☐
5. drugo:	☐	☐	☐	☐

4. Kakšno je vaše zadovoljstvo z informacijami, ki jih pridobite preko interneta?

zadovoljstvo

(1 – nezadovoljen, 4 – povsem zadovoljen)

Področje	1	2	3	4
1. obseg ponujenih informacij	☐	☐	☐	☐
2. preglednost strani	☐	☐	☐	☐
3. čas, potreben za pridobitev konkretne informacije	☐	☐	☐	☐
4. kakovost pridobljene informacije (zanesljivost, ažurnost ipd.)	☐	☐	☐	☐
5. drugo:	☐	☐	☐	☐

5. Ali ste želene strokovne informacije že kdaj našli na enem spletnem portalu?

- ☐ da, vendar sem porabil veliko (preveč) časa
- ☐ da, vendar informacije niso bile ažurne
- ☐ da, vendar je stran bila preveč zapletena
- ☐ ne
- ☐ drugo: _____

INFORMACIJE O ŽELENEM ZBIRANJU INFORMACIJ V PRIHODNOSTI

6. Kaj menite o spletnem portalu, na katerem bi lahko našli vse strokovne informacije s področja lesarstva?

- ☐ Takšen portal bi potrebovali
- ☐ Mogoče bi potrebovali takšen portal
- ☐ Ne takšnega portala ne potrebujemo

7. **Katere vsebine pričakujete na spletnem portalu, ki bi bil specializiran za lesarstvo?**

Pomen

(1 – nepomembno, 4 – zelo pomembno)

Vsebina	1	2	3	4
Novice s področja lesarstva in sejmi	☐	☐	☐	☐
Strokovni članki in prispevki	☐	☐	☐	☐
Znanstveni članki in prispevki	☐	☐	☐	☐
Strokovne in znanstvene revije (on-line dostop)	☐	☐	☐	☐
e-Knjige, e-priročniki, diplomske naloge	☐	☐	☐	☐
Panožni standardi in zakonodaja	☐	☐	☐	☐
Poročila o poslovanju panoge	☐	☐	☐	☐
Iskalnik potencialnih partnerjev	☐	☐	☐	☐
možnost samopredstavitve in predstavitev izdelkov	☐	☐	☐	☐
Možnost multimedijske samopredstavitve	☐	☐	☐	☐
Možnost integracije uradne spletne strani podjetja in spletnega portala	☐	☐	☐	☐
On-line prodaja naših izdelkov	☐	☐	☐	☐
Objava promocijskih akcij	☐	☐	☐	☐
Možnost oglaševanja (banner, prva mesta v rezultatih iskalnika ipd.)	☐	☐	☐	☐
Podpora B2B in B2C poslovanja	☐	☐	☐	☐
Naročanje na novice (RSS)	☐	☐	☐	☐
Strokovni (lesarski) forum	☐	☐	☐	☐

k temu bi želel dodati še naslednje vsebine: _____

-

8. **Ali bi bili pripravljeni aktivno sodelovati na specializirnem spletnem portalu za lesarstvo?**

Pripravljenost na aktivno sodelovanje

(1 – ne bi sodeloval, 2 – občasno bi sodeloval, 3 pogosto bi sodeloval, 4 – z veseljem bi aktivno sodeloval)

Področje	1	2	3	4
-----------------	----------	----------	----------	----------

1. posredovanje novic o podjetju in njegovih projektih uredništvu portala	☐	☐	☐	☐
2. posredovanje novic s področja lesarstva uredništvu portala	☐	☐	☐	☐
3. posredovanje strokovnih prispevkov v on-line strokovno revijo na portalu	☐	☐	☐	☐
4. sodelovanje v strokovnem forumu na portalu	☐	☐	☐	☐
5. sodelovanju pri razvoju portala (nove vsebine, nove funkcionalnosti, nova orodja ipd.)	☐	☐	☐	☐

9. V kolikor bi obstoječe panožne strokovne in znanstvene revije bile dostopne na portalu, bi:

- ☐ revije še vedno želel imeti in prebirati v tiskani verziji
- ☐ bi revije večinoma prebiral v tiskani verziji, on-line dosop bi uporabljal občasno
- ☐ revije bi prebiral samo on-line; tiskanih verzij ne potrebujem

10. Kolikšna uporabnina specializiranega spletnega portala za lesarstvo bi bila za vas sprejemljiva (glede na obseg uporabe portala)?

A. Objava osnovnih informacij o podjetju, občasno brskanje po novicah, pregled vseh pomembnejših dogodkov, sejmov za lesno industrijo:

- 40–60 €/mesec
- 20–40 €/mesec
- 5–20 €/mesec
- 1–5 €/mesec
- za takšen obseg ne bi plačeval

B. Objava osnovnih informacij o podjetju, reference, katalog izdelkov, občasno brskanje po novicah, pregled vseh pomembnejših dogodkov, sejmov za lesno industrijo, obveščanje o razpisih za nepovratna sredstva in ugodne kredite:

- 90–120 €/mesec
- 60–90 €/mesec
- 30–60 €/mesec
- 10–30 €/mesec
- 1–10 €/mesec

C. *Interaktivna mednarodna predstavitev podjetja, katalog izdelkov, reference, objava dokumentov (katalogov, certifikatov, navodil), prebiranje strokovnih prispevkov, dostop do baze dobaviteljev v lesni branži, možnost mesečnega obveščanja več 10 tisoč uporabnikov, prisotnost v razčlenjenemu katalogu slovenskih lesnih podjetij, pregled vseh pomembnejših dogodkov, sejmov za lesno industrijo, prednostni prikaz, pregled strokovne in znanstvene literature:*

- ***Več kot 120 €/mesec***
- ***90–120 €/mesec***
- ***60–90 €/mesec***
- ***30–60 €/mesec***
- ***10–30 €/mesec***

Priloga 2: Spletne strani in portali s področja lesarstva



Revija LesWood (<http://www.zls-zveza.si/Revija/Revija%20LesWOOD.htm>)

The image shows a screenshot of the GOZDARSKI INŠTITUT SLOVENIJE website. The header includes the logo and name of the institute, a language selector (En | SI), and navigation links: 'Domov', 'Novice', 'Dogodki', 'Za medije', 'Povezave'. There is a search bar and a dropdown menu for 'način iskanja...'. The main content area is divided into several sections. On the left is a sidebar with a table of contents: 'O inštitutu', 'Raziskovalna dejavnost', 'Raziskovalni program', 'Javna gozdarska služba', 'Javna okoljska služba', 'Projekti', 'Publikacije', 'Za radovedne', 'Seznam gozdnih semenskih objektov', 'Informacije javnega značaja', 'Infrastrukturni program', 'Dogodki'. The main content area has a large banner for 'EUFORINNO European Forest Research and Innovation'. Below the banner is a section 'Aktualne novice' with several news items. The first news item is dated '05.10.2015' and is titled '10. Evropski kongres gozdne pedagogike Zvolen na Slovaškem'. The second news item is dated '21.09.2015' and is titled 'Zaključna delavnica projekta ManFor C.BD'. The third news item is dated '18.09.2015' and is titled 'Noč raziskovalcev 2015'. The fourth news item is dated '09.09.2015' and is titled 'JAVNI RAZPIS ZA IZBOR KANDIDATA ZA ZASEDBO DELOVNEGA MESTA KOORDINATOR PROJEKTOV VII/2'. The fifth news item is dated '01.09.2015' and is titled 'OBJAVA PROSTEGA DELOVNEGA MESTA »VODILNI STROKOVNI SODELAVEC Z DOKTORATOM«'. On the right side of the website, there is a section 'Izpostavljeno' with several featured articles and images, including 'Varstvo gozdov Slovenije', 'GOZDARSKA KNJIŽNICA', 'Repozitorij Sci Vie Založba Silva Slovenica', 'S40 ANALIZE LESNIH CORV', 'Sekanci iz sečnih ostankov', 'WoodChainManager', 'MANFOR C.BD', 'GO FOR MURA', and 'Lesna biomasa'.

ZBORNIK

gozdarstva in lesarstva

ISSN 1581-162x (online)

ISSN 0351-3114 (print)

Zbornik gozdarstva in lesarstva

Research reports Forestry and Wood Science and Technology



Povezave <i>Links</i>	Vsebina <i>Issues</i>	Pomembnejše informacije <i>Important information</i>
Ministrstvo za znanost ARRS Gozdarski vestnik Javna agencija za knjigo	1998 - 55 56 57 1999 - 58 59 60 2000 - 61 62 63 2001 - 64 65 66 2002 - 67 68 69 2003 - 70 71 72 2004 - 73 74 75 2005 - 76 77 78 2006 - 79 80 81 2007 - 82 83 84 2008 - 85 86 87 2009 - 88 89 90 2010 - 91 92 93 2011 - 94 95 96	Napotki avtorjem prispevkov Osnovni podatki o Zborniku... Navodila za objavo grafik Navodila recenzentom za klasifikacijo člankov Instructions for the authors Stanje člankov - letnik 2012

E-mail uredništva: zgl@gzdiz.si

LESENA GRADNJA V SLOVENIJI

Naslovnik | Povezave | Kontakt | English | German

DOMOVGRADNJA v živoAKTUALNOČLANKIKATALOGSEMINARKNJIGEPROJEKTIRANJEIZVEDBAFOO SMO

HOJA d.d.
www.lese-na-gradnja.si

Kjub velikemu napredku v znanosti in tehnologiji nimamo nič takega, kar bi lahko dajalo rešitve in inovacije, ki so vsaj približno podobne kompleksnosti drevesa.

Ste na strani: DOMOV

PORTAL LESENA GRADNJA SLOVENIJA

Aktijski načrt za povečanje konkurenčnosti gospodno-lezne verige v Sloveniji do leta 2020, s Višda RS je sprejela Aktijski načrt za povečanje konkurenčnosti gospodno-lezne verige v Sloveniji do leta 2020, s Promocijskim sloganom »Les je lep« in naložila Ministrstvu za kmetijstvo in okolje ter Ministrstvu za gospodarstvi razvoj in tehnologijo, da o izvajanju akcijskega načrta iz prajšnje točke enkrat letno poročata Vladi.

» več

Prireditelji na TWITTERJU
Prireditelji smo tudi na Twitterju kjer se objavljajo mnenja in sledi do novic.

» več

Spodbeu Eko sklada v letu 2012
Eko sklad je edina specializirana finančna institucija v državi, ki spodbuja naložbe v varstvo okolja. V ta namen dostavlja ugodne kredite pravnim osebam, samostojnim podjetnikom in zasebnikom ter občanom, od leta 2008 pa tudi nepopravne finančne spodbeu za različne ukrepe učinkovite rabe energije in rabe obnovljivih virov energije.

» več

Uredba o Zelenih javnih naročilih
Za večino kategorij stavb, ki bodo v prihodnosti zgajene iz javnih sredstev, Uredba predpisuje, da mora delež lesa ali lesnih tovrn, vgrajenih v stavbo (brez notranje opreme, znašati vsaj 80 % prostornine vgrajenih materialov). To velja tako za novo gradnjo, dozidavo, nadzidavo ali rekonstrukcijo stavbe, kot tudi za redno in investicijsko vzdrževanje.

» več

AKTUALNO

SEMINAR/KONGRES

ANKETA

NOVO Gradnja v živo "Damahaus"
V arhitekturnem mascu bosta v živo spramutali gradnje lesene skalestna stanovanjska hiša. Prilčetek gradnje: 24. september 2012
– ikof 6. oktobra 2012.

» več

Gradnja v živo "Hoja"
pranava Športna dvorana širja v Ljubljani v izvedbi podjetja Hoja d.o., ki ima dolgotrajno tradicijo in izkušnje na področju proizvodnje in vgrajevanja lespihnih nosilcev. Investor Športna unija Slovenije

» več

Izbra povezave:

KONGRES – Lesena konstrukcija v slovenski gradnji

Vsihih konference in seminarji

Gradnja v živo

11.09.2012 10:00:00

databholz.com

KATALOG

SPLOŠNE STRANI	ČLANKI	GRADNJA V ŽIVO	PROJEKTIRANJE	IZVEDBA
Prva stran	Tuje prakze	2012 Damahaus "v živo"	Semanar projektantov	Glavni tvojaki lesene gradnje
Kontakt	Trajnostni razvoj	2012 Hoja "v živo"	Zakonodaja	Izvedba lesenih del
Naslovnik	Arhitektura	2012 Skopci	Tehnične informacije	Leseni gradbeni elementi
Kdo smo	Materiali in tehnologije	2011 Damahaus hiša	Povezave na Slove	Vsena gradnja
	Konstrukcije	2011 hiša Zimo	Strukturne podlage za projekte	Toplotna izolacija
	Energijska učinkovitost zgradb	2011 Kager hiša		Strojne instalacije
	Crad in las	2011 Marica vrac		Električne instalacije
	Kvaliteta blagovja	2010 Kager hiša I		Strojna pohištvo
	Stavbno pohištvo	2010 Lumra hiša I		Zaključni in premazni strojne
		2010 Kager hiša II		Lestovništveni stropi
		2010 Damahaus hiša		
		2010 Lumra hiša II		
		2009 Smreka turistični objekt		
		2009 Jelovica hiša		
		2009 Kraper hiša		

POVEJ NAPREJ:

LESENA GRADNJA NA YOU-TUBE:

f

t

s

YouTube

Zadnja sprememba: 04.10.2012

Lesena gradnja (<http://www.lesena-gradnja.si>)



Revija Drvena industrija

(<http://drvnaindustrija.sumfak.hr/index.php?lan=&pom=&submit3=1&id=63>)

The image shows a screenshot of the 'WOOD Magazine.com' website. The header features social media links for Twitter (@wood_magazine) and Facebook (Follow Us), along with a 'Welcome, Guest!' message and 'Log In' / 'Join Now' buttons. The main navigation bar includes links for 'Community', 'Project Plans', 'Tips & Techniques', 'Top Shops', 'Tools & Reviews', 'Wood & Supplies', 'Magazine', 'Video', and 'Advertiser Index'. A large promotional banner for 'WOOD Magazine' is displayed, featuring a cover image and the text 'Get your FREE TRIAL ISSUE now!'. Below the banner, there's a section titled 'Try your first issue FREE! Learn More' with buttons for 'CLICK HERE' leading to various digital editions: 'Download on the App Store', 'kindle fire', 'nook', 'GET THE MAGAZINE ON Google play', 'zinio', and 'texture by Next Issue'. At the bottom, there's a table with details for each platform, including logos and brief descriptions of availability.

Revija Wood Magazine

(http://www.woodmagazine.com/wood/file.jsp?item=/marketing/splashpages/digitalaedition/wdm_splashpage_digital&psrc=wdmdigitalonsite)

UNIVERZA V LJUBLJANI
BIOTEHNIŠKA FAKULTETA
ODDELEK ZA LESARSTVO

Davorin TURK

**MODEL SPLETNEGA PORTALA STROKOVNIH IN
ZNANSTVENIH GRADIV S PODROČJA LESARSTVA**

DIPLOMSKO DELO

Visokošolski strokovni študij

Ljubljana, 2016