

Az e bibliográfiai vállalkozást recenzeálónak, de még a belőle tájékoztatást nyújtó referenszesnek sem feladata, hogy értékelje – értékelni próbálja – a korszak hazai statisztikai kiadványainak szavahihetőségét, manipuláltsági mértékét. Ez részint a statisztikatudomány, részint pedig a közölt adatokat hasznosító különféle szakemberek feladata. Ám az, hogy e kiadványokról több szempontú és – bizonyos értelemben – átfogó tájékoztatást lehet adni, mégis öröm és munkaigényesség megkönnyebbülés.

A korszakzárónak "kinevezett" mostani kötet tulajdonképpen csak figyelemfelhívó ismertetést tesz szükségessé, ui. kritikai megjegyzésre még ürügyet is alig szolgált. Így hát a következőket kell elmondani róla:

- ▶ 475 tételt tartalmaz (köztük néhány 1986 előtt megjelentet is);
- ▶ bibliográfiai leírásai (beleértve az időszaki kiadványok esetén alkalmazott "nyitott leírásokat" is) a hatályos szabvány szerint készültek, és – igen helyesen – közlik a KSH Könyvtárban "viselt" raktári jelzetüket is;
- ▶ a feldolgozás MicroSIS programmal készült, a "kimenet", azaz a bibliográfia tipográfiai képe

"pontoskodó", ám ezen belül gáncstalanul ékezetes és jól olvasható;

- ▶ tartalomjegyzéke (előszó; I. betűrendes mutató; II. szerzői névmutató; III. tárgyszavak jegyzéke; IV. szakrendi mutató; V. sorozati mutató) révén nincs a kötetben semmiféle eligazodási nehézség.

A bibliográfiával kapcsolatos két kritikai ürügyem a következő (azért csak ürügyről van szó, mivel a használatot egyik sem zavarja):

1. A "betűrendes", "szakrendi" és "sorozati" mutató helyett szerencsésebb lett volna "rész"-t írni, ui. mindhárom fejezetben bibliográfiai leírások vannak, ha a harmadikként felsoroltban rövidítettek is.
2. A "szakrendi mutató" megismétli a "betűrendes mutató" teljes leírásait, ami a 331 oldalból 172 oldalt vesz igénybe. Ez azért luxus. Elég lett volna, ha a "szakrendi mutató" valóban csak mutató, s az I. rész amúgy is meglévő tételszámaira utal vagy mutat.

Száz szónak is egy a vége: kedves referenszes kollégák, feltétlenül tartsák a kezük ügyében e kiadványi vállalkozás egészét.

Futala Tibor

## Forradalom a piaci információban a nyolcvanas években

### A tájékoztatás régi és újabb forrásai

#### A fejlődés általános irányzatai

Kétségtelen, hogy az iparban és a kereskedelemben most a legerősebb irányzat a nyugat-európai országok egységes belső piacának küszöbön álló megteremtése, így a gazdasági tájékoztatás is egyfajta "euromániában" szenved. A régebben hagyományosan belföldi (értsd: az Egyesült Királyságon belüli) piaccal foglalkozó intézetek, mint a Key Note Publications és a Mintel most kiterjesztették tevékenységi körüket az európai kereskedelemre is. Emellett több külföldi cég is megvetette lábát a szigetországban, mint például a svájci érdekeltségű Admerca és az olasz Databank. A piaci információ iránti kereslet megnövekedése emellett azt is eredményezte, hogy bármennyire igyekeztek az elismert cégek megtartani tevékenységük sokszínű tematikáját, engedve a változó igényeknek, specializálódtak: szakterületi felkészültségük határozza meg, hogy milyen témákban tudnak jelentéseik tartalmáért maximális felelősséget vállalni. Az ilyen igényvel elkészített piackutatások több pénzt érnek meg a felhasználónak, ami az elmúlt években egyre fontosabb szempont lett. A vállalkozás jövedelmezőségét növelendő, és hogy a fokozandó információságot kielégítsék, a jelentéseket publikálják és terjesztik.

A szakosodás azt is jelenti, hogy a piaci információt nyújtó cégek szorosabb együttműködési viszonyba kerülnek a választott gazdasági szektorral. Hitelességük megalapozásához és megtartásához elen-

gedhetetlen a vállalatokkal folytatott közvetlen kommunikáció és az ágazatnak nyújtott egyéb szolgáltatások gondos megtervezése. Az Euromonitor például konzultációs lehetőséget nyújt a piacpolitika kialakításához, és az új szakembereknek továbbképző tanfolyamokat ajánl. Sikeres szolgáltatásnak bizonyul a konferenciaszervezés is.

Újabb fejleménynek tekinthető az üzleti tájékoztatásban a részvényügynöki jelentések publikálása. Nem egységes azonban az ügynökök magatartása ezzel kapcsolatban: van, aki ingyen rendelkezésre bocsátja, van, aki magas árat szab érte, és van, aki megbízóján kívül senkit sem enged hozzáférni elemzéséhez. A jövedelmezőségi szempont azonban itt is egyre inkább teret nyer. Mindenesetre a British Library Science Reference Information Service nagyszerű gyűjteménnyel rendelkezik az ilyen jelentésekből. (A részvényügynökök szakterületük szerint megtalálhatók a *Crawford's investment research indexes*.)

Az eddig vázolt irányzatokból következik, hogy a piaci információ forrásai között eligazító kézikönyveknek nő a száma és a jelentősége. Ezek első típusát alkotják az általános nemzetközi adattárak, melyek piackutató cégek, kereskedelmi kamarák, minisztériumok és kormányzati szervek, valamint könyvtárak címét tartalmazzák, és közlik a legfontosabb üzleti folyóiratok és statisztikai forráskiadványok bib-

liográfiáját. Az üzleti információt tartalmazó adatbázisokról a *Pitman directory of international sources of business information* nyújt tájékoztatást. Ezek a kézikönyvek nem értékelik a felvett forrásokat.

A második típusba a nem hivatalos statisztikai források bibliográfiái tartoznak, ilyen pl. a havonta megjelenő *Marketing surveys index*, az *European directory of non-official statistical sources* (az Euromonitor kiadásában) és a *The source book* a Key Note-tól. A harmadik típusba azok a kiadványok tartoznak, melyek értékelik és tesztelik is a felsorolt forrásokat. A negyedik típust a piacon újabban megjelenő statisztikai kivonatok képezik (pl. *Consumer market fact file* – az Euromonitor; *Market size digest* – a Mintel; *UK market facts* – a Business Information Associates kiadásában); ezek általában periodikus kiadványok. Meg kell említeni még a hirdető cégeket számba vevő adattárakat (pl. a *European advertising, marketing and media data-t*, az Euromonitor kiadványát). A piaci információval foglalkozó cégek és termékeik nemzetközi adattára immár hatodik kiadásban jelent meg, címe: *Market research: a guide to British Library holdings*.

#### **Bennfentesek és jövevények az információpiacon**

A *Corporate Intelligence Group*, a *Hadleigh Marketing Services* és a *Verdikt Research* már tekintélyes, elismert cégek, mindhárom főleg a kisipar piacviszonyaival foglalkozik. Az utóbbi magas színvonalú elemzéseiről vált ismertté, az előbbieket inkább adattárakat, indexeket adnak ki. Hírneves és szolgáltatásaikat dinamikusan fejlesztő cégek a *Key Note Publications*, a *Mintel International Group* és a *Marketing Strategies for Industry*. Valóban jövevény az olasz *Databank*, amely azonban Anglia mellett Spanyolországban és Belgiumban is tart fenn állandó irodákat. Szakterülete az Európai Közösség gazdasága, ezen belül változatos témákkal foglalkozik különösen Olaszországgal, Németországgal, Franciaországgal, Spanyolországgal és Angliával kapcsolatban. Specialitása a piaci stratégiaelemzés és a cégek bevezetése a piacra. Szintén kiterjesztette tevé-

kenységének körét Európára is a *Marketpower*. Elsősorban csomagolással, papírparral és élelmiszeriparral foglalkozik, számos adatbázist hozott létre.

A *Headland Business Research* és a *Projection 2000* mozgékony kis cégek, friss látásmóddal és szolid árakkal. Az olyan piacok felderítésével foglalkoznak, amelyek a nagyobb apparátussal dolgozó piackutató cégeknek túl kicsiny falatot jelentenek.

#### **Új médiumok az üzleti tájékoztatásban**

Az online adatbázisokkal kapcsolatban ezen a tájékoztatási területen számos kifogás merül fel: pl. veszélyes a részadatok kiemelése a kontextusból, viszont a teljes szövegű adatbázisokból az egész jelentés letöltése olcsóbb, mint a publikált dokumentum megvásárlása, így a kiadónak nem érdeke termékeit online hozzáférhetővé tenni. Ezen csak a magas előfizetési ár segítene, ami azonban keresletcsökkentő tényező. Nem ellenőrizhető, hogy ki és milyen célra használja fel az adatokat, viszont ha a cég nem járul hozzá az online terjesztéshez, jelenléte és súlya az információpiacon csökkenhet, ami anyagi és erkölcsi veszteség. Ezért a cégek azt a megoldást választják, hogy nem adják el adataikat az adatbázisgazdaságnak, hanem saját online vagy offline rendszert építenek ki, melyen keresztül közvetlen kapcsolatba lép velük a felhasználó. Három online szolgáltatás jött létre: a MAID, a MAGIC és a Harvest adatbázis. Emellett számos gépi adatbázis eljut a kontinensről a szigetországra, elsősorban a svájci Data-Star-on keresztül. A CD-ROM a cikk megírásának időpontjáig még nem kapott szerepet az üzleti tájékoztatásban, noha alkalmazása kézenfekvő lenne. Magas ára még elriasztotta a potenciális felhasználókat.

/WALTERS, T.: *The 1980s revolution in market information*. = *Business Information Review*, 6. köt. 2. sz. 1989. p. 12–21./

(Kaposváriné Dányi Éva)

## **Az információ, a gazdaság és a könyvtárak**

### *A könyvtárak az "információs szektorban"*

Az információs szakterületen a könyvtárak nem elszigetelten működnek, épp ellenkezőleg: velük kapcsolatban is gyakran beszélünk információs hálózatokról, az információs termékek láncolatáról stb. Ezért elengedhetetlen, hogy e területet teljességében megismerjük és megértsük kapcsolatrendszerét.

Először a számok segítségével tekintsük át a szakterületet. Az adatok három forrásból: az Európai Közösség DG XIII csoportjának *Information market observatory* c. jelentéséből, az *US industrial outlook*

ból és *Ph. Ramsdale: A Study of library economics in the European communities* c. tanulmányából származnak. (Az utóbbi megjelent a Commission of the European communities, DG XIII, report EUR 11546 szám alatt. – A ref.) Az Egyesült Államokban 60 milliárd dollárra becsülik a különböző dokumentumok forgalmát (ebből 35 milliárd jut a hírlapokra, 15 milliárd a periodikákra és 10 milliárd a könyvekre); ez a szám Európában 30 milliárd, Japánban 10 milliárd dollár. Ebbe az összegbe beleértendő a nagyközön-