

síthatják. Mivel nem kereskedelmi céllal készülnek, a felépítések és a fejlesztések párhuzamossága gyakori jellemző.

A házi/személyes rendszerek a szürke rendszerek legegyszerűbb változatai. Jellegüket tekintve hobbi-rendszerek, s többségben csak házi/otthoni felhasználásra alkalmasak. Elképzelhető azonban, hogy a fájlok cseréjével, egyesítésével vagy továbbfejlesztésével kialakul az ún. elektronikus háziipar.

Ezek az információs rendszerek együttesen alkotják az információn alapuló gazdaságok fejlődésének motorját. Ezek hozzájárulnak azokat a feltételeket, termékeket és szolgáltatásokat, amelyekből az információs ipar létezésére következtetni lehet. Az információs rendszerek fejlődésének státusa a posztindusztriális fejlődés fokának — érvekkel alátámasztható módon — jobb és használhatóbb jelzője, mint a foglalkoztatási kategóriák önkényes csoportosítása. Így konkrét mutatók is vizsgálhatók: a rendszerek száma, nagysága; a szakemberekhez kapcsolódó beruházások, pénzügyi és munkaerő-ráfordítások; fejlesztési és helyettesítési költségek; bevételek; a GDP-hez való hozzájárulás mértéke; a felhasználói/vásárlói kör; járulékos haszon stb.

A számszerű adatok mellett kvantitatív mutatók is összeállíthatók az információ jelentőségének országos szintű elismerése alapján. Az információ jelentőségét néhány ország (pl. Franciaország, Japán és az USA) jobban értékeli, mint a többi. Franciaországban az egymást követő kormányok figyelemre méltó eszközöket fordítottak az országos informatikai infrastruktúra megteremtésére. Japán az állami és magánszektorok együttműködésére helyezi a hangsúlyt. Nagy-Britanniában és az USA-ban a piaci erők hajtják az információs szektor fejlődését.

Az információ mint áru

Nem csupán a nemzeti kormányok, de az üzleti világ is egyre inkább ráébred, hogy az információ aktív gazdasági erőforrásként viselkedik. Bár ma az információ áru vagy erőforrás volta közhely, nem árt figyelmeztetni az információs áru különleges tulajdonságaira (a tulajdonsággal kapcsolatos problémák, a külső gazdaságossági hatások, az érték meg-

határozásának bizonytalansága stb.). Az információ iránti kereslet (szemben pl. a kenyér iránti kereslettel) rendkívül rugalmas lehet, ami a tervezést és a marketinget megnehezítheti. Emellett olyan erőforrás, amely más erőforrásokat (pl. munkaerő) válthat ki ténylegesen, és pótlólagos hasznat hozhat a más erőforrásokkal való gazdálkodást érintő döntések javítása révén.

*

Az információt lehet úgy jellemezni, mint árut vagy terméket, de tanulságosabb társadalmi és gazdasági *kenőanyagként* értelmezni. Az árujelleg túlgyakori hangoztatása a tárgyasulási kockázatát hordozza magával, és egy amúgy is magyarázatra szoruló kérdést tovább bonyolít. Az információnak a sikeres gazdasági működéshez való hozzájárulása nem lehet kérdéses, de ez nem jelenti még azt, hogy az információ a fejlett gazdaságok elsődleges terméke lett. Az információn alapuló gazdaságok felé tart a világ, de messze van attól, hogy a gazdasági jólét teljes mértékben az információs áruk és szolgáltatások termelésétől, értékesítésétől, külkereskedelmétől függjön. Végtére is az ember nem élhet meg pusztán információból.

Irodalom

- [1] TOFFLER, A.: The third wave. Toronto, 1981.
- [2] BELL, D.: The coming of post-industrial society: a venture in social forecasting. New York, 1973.
- [3] MACHLUP, F.: The production and distribution of knowledge in the United States. Princeton, N. J., 1962.
- [4] PORAT, M. U.: The information economy: definition and measurement. Washington, D. C., 1977.
- [5] Information Technology Advisory Panel, Making a business of information: a survey of new opportunities. 1983.
- [6] DEBONS, A. et al.: The information professional: survey of an emerging field. New York, 1981.
- [7] STRASSMANN, P. A.: Information payoff: the transformation of work in the electronic age. New York, 1985.

/CRONIN, B.: Towards information-based economies. = Journal of Information Science, 12. köt. 3. sz. 1986. p. 129–137./

(Hegedűs Péter)

Gazdasági információs központok: nincsenek kihasználva az új erőforrások

Az információ alapvető eszköz a vezetésben. A gazdasági szakembereknek ma növekvő mértékben van szükségük komplex adatokra a döntéshozatal

folyamatában, s az információs központok szerepe kritikus az ilyen adatok összegyűjtésében és továbbításában.

Egy kanadai felmérés az üzleti, gazdasági és pénzügyi területen tevékenykedő információs központokat tekintette át, hogy e fontos erőforrás rendelkezésre bocsátásának és felhasználásának jelenlegi és jövőbeni irányzatait felderítse. Az eredmények rávilágítottak a kanadai vállalati, állami és egyesületi információs központok, valamint az üzleti alapokon működő és a kereskedelmi jellegű adatbázisok szolgáltatásainak információgazdálkodási gyakorlatára (1. táblázat).

1. táblázat

A megkérdezett és a válaszadó információs központok

Az információs központ típusa	Megkérdezettek száma	Válaszadók száma	Százalékos aránya
Vállalati könyvtár	101	51	57
Állami (minisztériumi) könyvtár	32	22	25
Üzleti alapon működő szolgáltatás	15	9	10
Kereskedelmi adatbázis	5	4	4
Egyéb (egyesületi) könyvtár	6	4	4
Összesen	159	90	100

Emberi erőforrások

A 75 válaszadó (az összes válaszadó 93%-a) jelezte, hogy legalább egy könyvtáros végzettségű szakember dolgozik az adott információs központban. A könyvtárost többnyire könyvtártechnikai szakember és/vagy szakreferens segíti munkájában. A kilenc, üzleti alapon működő szervezet közül ötnek könyvtáros végzettségű szakember a vezetője. Három információs központot könyvtártechnikus, kettőt szakreferens, hatot pedig könyvtári ismeretekkel rendelkező, de más szakképzettségű alkalmazottak irányítanak.

Jelenleg a legtöbb nem önálló információs központ szervezetileg az adminisztrációs részleghez tartozik (32%). 9,5%-uk a kutatási részleghez, 5,4%-uk a pénzügyi részleghez, ugyancsak 5,4%-uk a vállalati titkársághoz és az információs részleghez, 2,7%-uk pedig a vállalati részleghez tartozik.

Szolgáltatások

A felmérés kitért az információs központok által nyújtott szolgáltatások típusaira és a leggyakrabban igénybe vett szolgáltatásokra is (2. táblázat).

Így pl. a 90 tényleges válaszadó közül jelenleg 85 nyújt részletes tájékoztatást ügyfeleinek igény

2. táblázat

A felkínált és a leggyakrabban igénybe vett szolgáltatások

Szolgáltatások	Felkínálás gyakorisága	Százalékos* arány	Igénybevétel gyakorisága	Százalékos* arány	Igénybe vett/felkínált szolgáltatások hányada x 100
<i>Hagyományos könyvtári szolgáltatások</i>					
Részletes tájékoztatás (referenzs)	85	95	60	67	71
Gyorstájékoztató (referenzs)	85	95	49	54	58
Online keresés	72	80	28	31	39
Dokumentumtovábbítás	74	82	27	30	36
Könyvtárközi kölcsönzés	72	80	17	19	24
Helybeni használat	76	85	15	17	20
Manuális keresés	79	88	10	11	13
<i>Újabb könyvtári szolgáltatások</i>					
Piaci jelentések	15	17	3	3	20
SDI	49	54	7	9	14
Analitikus jelentések	21	24	2	2	10
Indexelés	50	56	2	2	4
Bibliográfiák	65	72	2	2	3
Semináriumok, konferenciák	15	17	0	0	0

* A százalékos arányok a 90 válaszadóhoz viszonyított százalékos megoszlást mutatják.

esetén. Hatvan információs központban ez a szolgáltatásfajta a három leggyakrabban igényelt szolgáltatás közé tartozik. A hagyományos szolgáltatások körébe a felmérés azokat sorolta, amelyeket a felhasználók – a feltételezések szerint – legjobban ismertek, illetve leggyakrabban igényeltek. Az újabb, innovatívabb jellegű szolgáltatások kevésbé terjedtek el, s igénybevételük sem olyan gyakori.

A szolgáltatások felkínálási gyakoriságának eltérései miatt keletkező különbségeket kiküszöbölve az egyes szolgáltatások hányadosával lehet jellemezni. A részletes tájékoztatás használati rátája

ezen szerint 71, vagyis $\frac{(61 \times 100)}{85}$, a piaci jelentéseké 20, vagyis $\frac{(3 \times 100)}{15}$, jelezve azt, hogy az

előbbi iránti igény magas, az utóbbi iránt pedig alacsony.

A felhasználóknak a szolgáltatásokra vonatkozó ismeretei központi helyet foglalnak el egy adott szolgáltatás potenciális felhasználását megadó becslés-

sekben. A hagyományos könyvtári szolgáltatások (pl. referenz, dokumentumtovábbítás) esetében – ezeket a felhasználók jól ismerik – ésszerűnek látszik a magasabb használatra számítani. Az újabb, kevésbé ismert szolgáltatásoknál (pl. analitikus jelentések) a használat várható aránya alacsonyabb (3. táblázat).

A várakozásoknak megfelelően – a manuális keresés kivételével – a hagyományos szolgáltatások esnek a magas felhasználási arányú kategóriákba.

A táblázatok adataiból kitűnik az is, hogy a gazdasági szakembereknek felkínált aktuális és tömör információkat nyújtó szolgáltatásokat nem veszik kellő mértékben igénybe. Ennek több oka is lehet: a felhasználók nem ismerik az adott szolgáltatást; vagy ismerik, de nem tudják, hogy saját szakterületükön az adott szolgáltatás hogyan hasznosítható; s végül elképzelhető, hogy nem az információs központot tartják a gazdasági információ legfontosabb forrásának, következésképpen a potenciális felhasználóknak csupán töredéke veszi igénybe a központok által felkínált szolgáltatásokat.

3. táblázat

A szolgáltatások felhasználása

Igénybe vett szolgáltatások Felkínált szolgáltatások	hányadosa	
	Hagyományos szolgáltatások	Újabb keletű szolgáltatások
Magas használati arány	71 (Részletes tájékoztatás)	
	58 (Gyorstájékoztató)	
	39 (Online keresés)	
	36 (Dokumentumtovábbítás)	
	24 (Könyvtárközi kölcsönzés)	
	20 (Helyben használat)	20 (Piaci jelentések)
Alacsony használati arány	13 (Manuális keresés)	14 (SDI)
		10 (Analitikus jelentések)
		4 (Indexelés)
		3 (Bibliográfiák)
		0 (Szemináriumok, konferenciák)

A marketingmegközelítés alkalmazása

A 4. táblázat azt mutatja, hogy az információs központok hogyan törekszenek szolgáltatásaik reklámozására, s milyen módszerekkel kívánják a felhasználóknak a szolgáltatásokra vonatkozó ismereteit bővíteni.

Az adatokból kitűnik, hogy az üzleti alapon működő szolgáltatások és a kereskedelmi adatbázisok a legaktívabbak a reklámtevékenységben, következésképpen a gazdasági szakemberek egyre inkább úgy vélik, hogy ezek a gazdasági információ fontos forrásai.

A vállalati könyvtárak főként a szóbeli tájékozta-

Az információs központok által alkalmazott reklám módszerei

Információs központ típusa	Szóbeli tájékoztatás	Brosúra	Az alkalmazott módszerek százalékos aránya*			
			Nem alkalmaz reklámmot	Hirdetés	Egyéb	Összesen
Vállalati könyvtár	88	51	6	4	47	51
Állami (minisztériumi) könyvtár	95	59	5	0	41	22
Üzleti alapon működő vállalkozás	100	78	0	66	33	9
Kereskedelmi adatbázis	100	100	0	50	25	4
Egyéb	75	25	25	0	50	4

* Az információs központok több módszert is alkalmazhatnak egyidejűleg, ezért a százalékok meghaladják a százat.

tásra alapoznak. Bár ez is nagyon fontos a szolgáltatások marketingjében, önmagában azonban mégsem elégséges, s más módszerekkel — pl. brosrák, híradók, vállalaton belüli konferenciák — együtt alkalmazva lehet csak igen hatásos. Külön figyelmet kell fordítani azokra a vállalati szakemberekre, akiknek a döntéseitől a könyvtár támogatása függ. Ha a vállalati információs központok az információs ágazatban elfoglalt pozíciójuk révén kívánják növelni súlyukat, akkor aktívabb szerepet kell vállalniuk a szolgáltatásaikra vonatkozó információk terjesztésében is.

Az információs központok nyújtotta termékek és szolgáltatások marketingje kulcsfontosságú az információgazdálkodás folyamatában. Ha a marketing definíciójába beleértjük a változások előfeltételeinek

megteremtését, akkor a marketingmegközelítés elengedhetetlen és helyénvaló az információs központok számára. Komplex marketingstratégia kialakítása a potenciális felhasználók jellemzőire és szükségleteire vonatkozó ismeretek szerzésével és a szervezet termékeinek és szolgáltatásainak, reklámtévékenységének, árképzési és terjesztési stratégiáinak a koordinációjával jár. A marketingmegközelítés alkalmazása a könyvtár vagy az információs központ teljesítményét növeli, és e módszer révén növekszik a felhasználó termelékenység is.

/DRUMMOND, J.: Business information centres. New resources are not used. = Canadian Library Journal, 41. köt. 5. sz. 1985. p. 259–262./

(Hegedűs Péter)

Szovjetunió: javaslatok a szemleinformációk fontosságának felismerése jegyében

A szemleinformációk műfaja fontos és fokozódó szerepet játszik a szakemberek tájékoztatásában. A világ tudományosságáról, a kutatások és fejlesztések megoszlásáról, a különféle tudományágak és műszaki ágazatok tudományos potenciállal való ellátásáról elsősorban a szemlék szolgálnak operatív adatokkal.

A Szovjetunióban eddig két intézmény szerzett érdemeket a szemleinformációk regisztrálása és szolgáltatása terén. A VINITI-nek számítógépes adatbázisa van a szemleinformációkról (Baza dannyh po dokumentam obzornogo tipa — BDO). A Lenin Könyvtárnak pedig nemcsak adatbázisa, hanem hozzá kapcsolódó szolgáltatásrendszere is (Informacionno-bibliograficeskoe obsluživanje po literature obzornogo tipa — IBOO).

Ezek az alapokon, illetve ezen alapok hasznosításával lehet és kell tökéletesebbé tenni mind a szemleinformációk "termelését", mind szolgáltatását.

Mindenekelőtt ki kell munkálni e műfaj tematikus tervezésének elveit és módszereit. E feladatot a VINITI adatbázisára támaszkodva célszerű elvégezni, miközben biztosítani kell azt is, hogy a szemleinformációk további feldolgozásához és elemzéséhez gépileg olvasható formában kurrens szolgáltatás álljon az érdeklődő intézmények rendelkezésére.

A szemletermelés fokozására az eddigieknél sokkal hatékonyabban kell felhasználni a kandidatusi és doktori disszertációk irodalomjegyzékeit. Hogy ez lehetővé váljék, a disszertációk védőinek vagy közzé kellene tenniük disszertációjuk bibliog-